



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

***TEMA:***

*LA COMUNICACIÓN ASERTIVA ENTRE EL PROMOTOR SOCIAL Y LAS FAMILIAS EN LOS PROYECTOS DE DESARROLLO INFANTIL EN LAS COMUNIDADES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA EN EL ÚLTIMO SEMESTRE DEL 2011*

TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL.

**AUTOR:**

Ernesto Xavier Gómez Zamora

**TUTOR:**

**Soc. Hugo Hermenejildo Suárez**

La Libertad – Ecuador

Enero – 2011



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

***TEMA: " LA COMUNICACIÓN ASERTIVA ENTRE EL PROMOTOR SOCIAL Y LAS FAMILIAS EN LOS PROYECTOS DE DESARROLLO INFANTIL EN LAS COMUNIDADES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA EN EL ÚLTIMO SEMESTRE DEL 2011."***

**TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL.**

**AUTOR:**

**Ernesto Xavier Gómez Zamora**

**TUTOR:**

**Soc. Hugo Hermenejildo Suárez**

**La Libertad – Ecuador**

**Enero – 2011**

**La Libertad, Mayo del 2010**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En calidad de Tutor del trabajo de Investigación “LA COMUNICACIÓN ASERTIVA ENTRE EL PROMOTOR SOCIAL Y LAS FAMILIAS EN LOS PROYECTOS DE DESARROLLO INFANTIL EN LAS COMUNIDADES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA EN EL ÚLTIMO SEMESTRE DEL 2011.”, elaborado por el estudiante Ernesto Xavier Gómez Zamora, egresada de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud Carrera de Comunicación Social, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

---

**Soc. Hugo Hermenejildo Suárez**  
**TUTOR**

## **AUTORÍA DE TESIS**

Yo, Gómez Zamora Ernesto Xavier con Cedula de Identidad N° 091635899-7, egresado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud Carrera de comunicación social, previo a la obtención del Título en Licenciado Comunicador Social en mi calidad de Autor del Trabajo de Investigación “La Comunicación Asertiva entre el Promotor Social y las Familias en los proyectos de desarrollo infantil en las comunidades de la provincia de santa Elena”, me permito certificar que lo escrito en este trabajo investigativo es de mi autoría a excepción de las citas, reflexiones y dinámicas utilizadas para el proyecto.

---

Ernesto Xavier Gómez Zamora

## **CERTIFICADO DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA**

Yo, Rossana Medina Mendoza: Certifico que he revisado la redacción y ortografía del contenido del trabajo del proyecto: “LA COMUNICACIÓN ASERTIVA ENTRE EL PROMOTOR SOCIAL Y LAS FAMILIAS EN LOS PROYECTOS DE DESARROLLO INFANTIL EN LAS COMUNIDADES DE LA PROVINCIA DE SANTA Elena EN EL ULTIMO SEMESTRE DEL 2011”, elaborado por el estudiante: ERNESTO XAVIER GÓMEZ ZAMORA, previo a la obtención del Título de licenciado en Comunicación Social.

Para el efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido del Proyecto Educativo, donde expongo que:

- Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes.
- La acentuación es precisa.
- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada.
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción.
- Hay concreción y exactitud en las ideas,
- No incurre en errores en la utilización de las letras.
- La aplicación de la Sinonimia es correcta.
- Se maneja con conocimiento y precisión la morfosintaxis
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo, por lo tanto de fácil comprensión.

Por lo expuesto, y en uso de mis derechos como especialista en Literatura y Español, recomiendo la VALIDEZ ORTOGRÁFICA de su proyecto previo a la obtención de su licenciatura en Ciencias de la Educación e Idiomas, Especialización Educación Básica.

---

**Ps. Rossana Medina Mendoza**

**GRAMATÓLOGA**

# TRIBUNAL DE GRADO

---

Abg. Carlos San Andrés Restrepo  
DECANA DE LA FACULTAD  
DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

---

Lcdo. Miltón González Santos  
DIRECTOR DE ESCUELA

---

Soc. Hugo Hermenjildo Suárez  
PROFESOR – TUTOR

---

Ing. Carlos Jiménez Quimíz  
PROFESOR DEL ÁREA

---

MSc. Milton Zambrano Coronado  
SECRETARIO - PROCURADOR

## **DEDICATORIA**

A mi familia: A quienes amo y son la motivación necesaria y suficiente para concluir este proyecto educativo.

A mis maestros: Por el apoyo incondicional en todo momento, por brindarme seguridad y confianza en el desarrollo de este trabajo investigativo.

A todos ellos mil gracias, los llevaré siempre en mi corazón.

Ernesto Xavier Gómez Zamora

## **AGRADECIMIENTO**

A DIOS: Luz y camino quien me brindó la sabiduría, fe y fortaleza para concluir este trabajo investigativo.

A la U.P.S.E. A la Facultad de Ciencias Sociales y la Salud, carrera de Comunicación Social, que abrió sus puertas para instruirnos y educarnos.

A cada uno de los MAESTROS: Quienes impartieron todo ese caudal de conocimientos para llegar a ser lo que somos, unos verdaderos docentes.

A mi tutor: Soc. Hugo Hermenejildo Suárez, por la amistad, paciencia, confianza y tiempo, dedicados a la realización de este proyecto educativo, quien fue una guía valiosa en este caminar.

Mi gratitud imperecedera a todos....

Ernesto Xavier Gómez Zamora

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

	<b>Pág.</b>
Portada	i
Contraportada	ii
Aprobación del tutor	iii
Autoría de tesis	iv
Tribunal de Grado	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Certificado de revisión de la redacción y ortografía	viii
Resumen	ix
Índice general	x
Índice de cuadros	xiii
Índice de gráficos	xiv
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>EL PROBLEMA</b>	
1. Planteamiento del problema	1
1.1.Ubicación del Problema	1
1.2.Situación problemática	3
1.3.Delimitación del problema	3
1.4.Planteamiento del problema	3
1.5.Justificación del problema	4
1.6.Preguntas directrices	5
2. Objetivos	5
2.1.Objetivos general	5
2.2.Objetivos específicos	6
2.3.Hipótesis y variables	6
2.4.Variables	6
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO</b>	
1.1.- Marco teórico	8
2.1.1. Escuela y valores	11
1.2. Fundamentación Legal	34

<b>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA</b>	36
2. estrategias metodológica	
2.1. diseño de la investigación	36
2.2. metodología	36
2.2.1. métodos de investigación a utilizar	36
2.2.3. etapas a seguir del método científico	37
2.2.4. ¿Qué es la observación?	37
2.2.5. por el propósito	38
2.2.6. por el lugar	38
2.2.7. por la profundidad	38
2.2.8. población y muestra	38
<b>CAPÍTULO III: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b>	
3. procesamiento y análisis	45
3.1. conclusiones y recomendaciones	66
<b>CAPÍTULO IV: LA PROPUESTA</b>	
4. la propuesta	68
4.1. programa de capacitación en comunicación asertiva	68
4.2. justificación	68
4.3. diagnóstico	69
4.4. fundamentación teórica	72
4.5. objetivos de la propuesta	76
4.6. factibilidad de la propuesta	76
4.7. descripción de la propuesta	80

## ÍNDICE DE CUADROS

Páginas:

CUADRO N° 1 Modalidades	45
CUADRO N° 2 Afectuoso, Respetuoso, Amable con niño, niños y familia	47
CUADRO N° 3 Creativo en el desarrollo	49
CUADRO N° 4 Comunicativo, dinámico, ágil y atento	51
CUADRO N° 5 Desarrollo de una política	53
CUADRO N° 6 Gobiernos Locales	55
CUADRO N° 7 Desarrollo infantil	57
CUADRO N° 8 Promotores sociales	59
CUADRO N° 9 Comunidad/Barrio	60
CUADRO N° 10 Procesos de desarrollo	62
CUADRO N° 11 La comunicación	64

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

**Páginas**

GRÁFICO N° 1 Modalidades	45
GRÁFICO N° 2 Afectuoso, Respetuoso, Amable con niño, niños y familia	47
GRÁFICO N° 3 Creativo en el desarrollo	49
GRÁFICO N° 4 Comunicativo, dinámico, ágil y atento	51
GRÁFICO N° 5 Desarrollo de una política	53
GRÁFICO N° 6 Gobiernos Locales	55
GRÁFICO N° 7 Desarrollo infantil	57
GRÁFICO N° 8 Promotores sociales	59
GRÁFICO N° 9 Comunidad/Barrio	60
GRÁFICO N° 10 Procesos de desarrollo	62
GRÁFICO N° 11 La comunicación	64

**LA COMUNICACIÓN ASERTIVA ENTRE EL PROMOTOR SOCIAL Y LAS FAMILIAS EN LOS PROYECTOS DE DESARROLLO INFANTIL EN LAS COMUNIDADES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA EN EL ÚLTIMO SEMESTRE DEL 2011**

**RESUMEN**

Aprender a desarrollar una comunicación asertiva es imprescindible para no quedarnos en la estacada. La asertividad no es otra cosa que el hacernos valer y respetar, decir lo que pensamos y opinamos sin temor a represalias, eso sí, haciéndolo siempre con elegancia y desde una posición de respeto máxima. La comunicación asertiva se basa en transmitir de forma clara, concisa, rápida y con contundencia lo que queremos. Nada de titubeos, irse por los cerros de Úbeda... La comunicación asertiva se basa en ser claro, contundente y directo haciendo entender al máximo nuestro mensaje de una forma clara con lo cual aumenta las expectativas de que el mensaje sea entendido y aceptado. La asertividad está definida como la conducta que permite a una persona actuar con base en sus intereses más importantes, defenderse sin ansiedad y expresar cómodamente sentimientos honestos. Implica un profundo respeto hacia uno mismo y hacia los demás, al reconocer también los derechos y sentimientos de los otros. En términos ideales, la asertividad debe llevarnos a trabajar conscientemente en la que todas las partes encuentren tanta satisfacción a sus necesidades como sea posible. También involucra un reconocimiento de la propia responsabilidad con respecto a las consecuencias que pueden resultar de la expresión de nuestros sentimientos.

**Descriptor:** Asertividad – Comunidad – Derecho – Sentimiento

## **EL PROBLEMA**

### **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1. Ubicación del problema.**

La Asamblea General de las Naciones Unidas, aprobó la Declaración Universal de Derechos Humanos, teniendo como ideal común el respeto a los derechos y libertades y la promoción para lograr su reconocimiento y aplicación.

“La protección integral es el conjunto de acciones, políticas, planes y programas que con prioridad absoluta se dictan y ejecutan desde el Estado, con la firme participación y solidaridad de la familia y la sociedad para garantizar a todos los niños y niñas el goce efectivo y sin discriminación de sus derechos.”

La propuesta de desarrollo infantil se inscribe en el concepto de protección integral, con énfasis en los principios de universalidad, integridad y corresponsabilidad social. En este sentido, el desarrollo infantil comprende salud, nutrición, medio ambiente y educación.

En la Provincia de Santa Elena tiene como objetivo ampliar las coberturas y calidad de los servicios de atención a la infancia, con esto se podrá constituir un sistema descentralizado de atención que reconozcan y consideren la relación del niño y niña en la educación, entorno familiar, escolar, social y espiritual, inmediatos como la familia y la comunidad que ayudaran al desarrollo y participación familiar.

Existen proyectos de Desarrollo Infantil, modalidad “Creciendo con Nuestros Hijos” CNH “Centro de Desarrollo Infantil” CDI y “WAWAKAMAYUK WASI” WW. “Jardines Integrados de Desarrollo Infantil” JIDI. Los padres y madres de familia

deben asumir la responsabilidad de formación en sus hogares mediante la educación familiar por vías no formales, priorizando la acción y aplicación progresiva de experiencias adecuadas, oportunas y frecuentes que les permita crecer y desarrollarse de forma integral e inclusiva. La deficiente comunicación asertiva entre promotores sociales y las familias ha sido una de las causas en el desarrollo de las potencialidades de las familias y comunidades para la interacción social en el progreso de la Provincia.

La comunicación es una ciencia que nos brinda la oportunidad de interactuar mediante los diferentes lenguajes de comunicación asertiva, como uno de los ejes solucionadores de los conflictos existentes entre las familias y comunidades. ¿Quiénes deben participar en la comunicación?

La comunicación deben interactuar: El Estado, los organismos seccionales, entes representativos en cada comunidad, familias. E aquí la importancia de la comunicación asertiva. La falta de recursos ha sido un factor muy preponderante en la temática de desarrollo infantil, debido a múltiples situaciones que no han sido solucionado a su debido momento, ya que deben ser los entes gubernamentales, seccionales y no gubernamentales los llamado a solucionar las situaciones de las familias en los diferentes ámbitos de interacción social en sus diversos contextos y como se dispone en la constitución de la República del Ecuador en su capítulo segundo derechos del buen vivir.

El plan de acción es la herramienta que sirve para planificar adecuadamente la formulación, ejecución, seguimiento y evaluación de los planes de acción anual, que garantizaran una gestión coherente con la ejecución de las acciones y estrategias usadas en la comunicación asertiva de cada organización.

## **1.2. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.**

Deficiente desarrollo de los proyectos infantiles en las comunidades de la Provincia de Santa Elena.

## **1.3. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA:**

- CAMPO: Comunicación
- ÁREA: Comunidad
- ASPECTO: Social – Comunicación
- TEMA: La comunicación asertiva entre el promotor social y las familias en los proyectos de desarrollo infantil en las comunidades de la provincia de Santa Elena

## **1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

¿Cómo influyen los recursos no adecuados en el deficiente desarrollo de los proyectos infantiles en las comunidades de la Provincia de Santa Elena?

¿Es determinante las Políticas de Estado en el deficiente desarrollo de los proyectos infantiles en las comunidades de la Provincia de Santa Elena?

¿Cómo influye la comunicación asertiva entre los promotores y la familia en el deficiente desarrollo de los proyectos infantiles en las comunidades de la Provincia de Santa Elena?

¿Es determinante el acceso a la comunidad en el deficiente desarrollo de los proyectos infantiles en las comunidades de la Provincia de Santa Elena?

¿Incide el desinterés de la comunidad en temas de capacitación en beneficios de las comunidades en el deficiente desarrollo de los proyectos infantiles en la Provincia de Santa Elena?

Debido a lo anterior, el estudio pretende responder a:

¿Cómo influye la comunicación asertiva entre los promotores y la familia en el deficiente desarrollo de los proyectos infantiles en las comunidades de la Provincia de Santa Elena?

### **1.5. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

Al considerar la importancia del presente proyecto, es de sumo interés que se dé a cabo la investigación, que permita la comunicación asertiva entre el promotor social y las familias en los proyectos de desarrollo infantil en las comunidades de la provincia de Santa Elena.

La importancia de la presente investigación es fortalecer el desarrollo de los proyectos en cada una de las localidades, hacia un estilo de comportamiento en las relaciones humanas, e interpersonales, realizando un plan de comunicación asertiva como herramienta que sirva para planificar adecuadamente la formulación, ejecución, seguimiento y evaluación de los planes de acción anual, los promotores sociales y las familias de los proyectos de desarrollo infantil en las comunidades del cantón Santa Elena, la cual es un medio muy importante para el desarrollo sostenible de los habitantes que buscan el desarrollo y progreso de sus familias.

Con este plan de acción de comunicación asertiva se espera fomentar una cultura enfocada a los derechos amparados en la Constitución; En el desarrollo infantil se inscribe en el concepto de protección integral, con énfasis en los principios de

universalidad, integridad y corresponsabilidad social. En este sentido, el desarrollo infantil comprende salud, nutrición, medio ambiente y educación.

La valoración de los resultados de la aplicación de la propuesta del sistema de acciones de comunicación asertiva, será un factor que nos permitirá establecer el desarrollo biológico, psicológico, social y espiritual de las familias en sus entornos culturales sociales en las comunidades de la provincia de Santa Elena.

### **1.6. PREGUNTAS DIRECTRICES.**

- ¿Influyen los recursos no adecuados en el deficiente de desarrollo de los proyectos infantiles?
- ¿Es determinante las Políticas del Estado en los proyectos infantiles?
- ¿Es determinante el acceso a las comunidades donde se ejecutan los proyectos infantiles?
- ¿Incidirá el desinterés de las comunidades en temas de capacitación en beneficios de los proyectos de desarrollo infantiles?

## **2. OBJETIVOS.**

### **2.1. GENERAL.**

- Determinar estrategias de comunicación asertiva entre los promotores y la familia. Para mejorar el desarrollo de los proyectos infantiles en las comunidades de la Provincia de Santa Elena.

## 2.2. ESPECÍFICOS.

- Diagnosticar la problemática existente en la comunicación.
- Identificar causas del deficiente desarrollo de la comunicación en el desarrollo de los proyectos.
- Elaborar los resultados de la problemática existente en la comunicación entre el promotor social, las familias en el desarrollo de los proyectos infantiles.
- Determinar el mecanismo viable propuesto en el objetivo general para poder desarrollar habilidades y destrezas en los promotores en las diferentes comunidades de atención.
- Proponer un sistema de estrategias que sirva para planificar adecuadamente la formulación, ejecución, seguimiento y evaluación de los planes de acción anual, en diferentes ámbitos y así conseguir al máximo el fortalecimiento de capacidades encontradas en cada promotor social y familias.

## 2.3. HIPÓTESIS

### 2.3.1. SEÑALAMIENTO DE LA HIPOTESIS

Deficiente desarrollo de los proyectos infantiles en las comunidades de la Provincia de Santa Elena

## 2.4. VARIABLES.

### **La comunicación asertiva (Independiente)**

Proyectos de desarrollo infantil en las comunidades de la provincia de Santa Elena.(Dependiente) **OPE.**

## OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS PARA LOS INDICADORES	TEC. E INSTRUMENTOS
Si existiera la comunicación asertiva entre los promotores sociales y las familias	La comunicación Asertiva entre los Promotores sociales y las Familias.	La comunicación asertiva es un proceso mediante el cual se transmite información de una identidad/acciones reciprocas en el cual el lenguaje tiene un uso primordialmente social. Es el elemento natural y fundamental de la sociedad y tiene derecho a la protección de la sociedad y del Estado.	Comunicación asertiva.  Proceso.  Información.	Vocabulario asertivo.  Instrucciones.  Manual.	¿Entendió las instrucciones del promotor social?  ¿Entiende Ud. las instrucciones q le da el promotor social?  ¿El promotor social utiliza el manual de instrucciones?  ¿El promotor social es interactivo?	Observación Entrevista Encuestas
Entonces mejorarán los proyectos de desarrollo infantil en las comunidades de la provincia de Santa Elena.	Proyectos de desarrollo infantil en las comunidades de la provincia de Santa Elena	Promotor social Crear educador  Familia conceptos hacer Proyectos  comunidades	Educador. Social.	Fortalezas. Debilidades.  Promotores de desarrollo infantil	Es creativo. Es dinámico. Oportuno.  Cree Ud. Q exista comunicación entre familias.	

## **CAPITULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1. TEORÍA CIENTÍFICA**

La comunicación asertiva; por lo tanto es una manera de comunicarnos correctamente, de entender, interpretar y aceptar lo que se nos dice, y de emitir siempre un mensaje completo, lógico y coherente. la comunicación asertiva se basa en transmitir de forma clara, concisa, rápida y con contundencia lo que queremos. La comunicación asertiva se basa en ser claro, contundente y directo haciendo entender al máximo nuestro mensaje de una forma clara con lo cual aumenta las expectativas de que el mensaje sea entendido y aceptado.

Una forma más directa de describir la comunicación asertiva es la siguiente: Comunicación Asertiva es una forma de expresión consciente, congruente, clara, directa y equilibrada, cuya finalidad es comunicar nuestras ideas y sentimientos o defender nuestros legítimos derechos sin la intención de herir, o perjudicar, actuando desde un estado interior de auto confianza, en lugar de la emocionalidad limitante típica de la ansiedad, la culpa o la rabia. Plantea también, que la asertividad es necesaria y conveniente a causa de los beneficios que genera.

La asertividad es una actitud intermedia entre una actitud pasiva o inhibida y otra actitud agresiva frente a otras personas, que además de reflejarse en el lenguaje hablado se manifiesta en el lenguaje no verbal, como en la postura corporal, en los ademanes o gestos del cuerpo, en la expresión facial, y en la voz. Una persona asertiva suele ser tolerante, acepta los errores, propone

soluciones factibles sin ira, se encuentra segura de sí misma y frena pacíficamente a las personas que les atacan verbalmente.

Tenemos que tener en cuenta, que cada quien piensa distinto y por ende se va a expresar de distinta manera, dependiendo de la educación, la cultura, el ámbito social, etc. Y por ello debemos de aprender a respetar lo que el otro exprese (emociones, pensamientos, sentimientos, etc.) lo cual influye en el proceso comunicativo, y permite que podamos escuchar y entendernos mejor.

Aprender a desarrollar una comunicación asertiva es imprescindible para no quedarnos en la estacada. La asertividad no es otra cosa que el hacernos valer y respetar, decir lo que pensamos y opinamos sin temor a represalias, eso si, haciéndolo siempre con elegancia y desde una posición de respeto máxima.

La comunicación es indispensable para lograr la necesaria coordinación de esfuerzos a fin de alcanzar, los objetivos perseguidos por una organización.

No es posible el desarrollo humano individual si permanecemos mental, social o físicamente aislados. Pongamos como ejemplo a cualquier hombre del que tengamos memoria y que haya destacado como líder, científico, empresario, etc. Si analizamos la cantidad de cosas que comunicaron al mundo y que les fueron comunicadas, podríamos darnos cuenta que la esencia de su desarrollo personal radicó precisamente en esta actividad de proyección exterior. La comunicación de muchos de estos hombres sigue viva a través de los siglos.

Entre uno de los conceptos de Comunicación tenemos que es un proceso continuo y dinámico formado por una serie de acontecimientos variados y continuamente en interacción. La esencia de una comunicación eficaz es la respuesta comprensiva a esta serie de variables. La comunicación no es una transferencia de informaciones de un individuo a otro, resaltando claro esta; que los diferentes significados de los mensajes humanos no pueden ser transmitidos tal cual de un individuo a otro, sino que estos deben ser clarificados y negociados por ambos, dado que pueden estar influenciados por numerosas variables.

### **PARTICIPACIÓN DE LOS INDIVIDUOS.**

La participación del individuo en la sociedad es fundamental para propiciar un completo desarrollo. El ser humano alcanza su plenitud a través de las experiencias vividas en dicha sociedad; las personas tienen una tarea que las une: el bien común (material y espiritual). Abarca la educación formal y la no formal, y debe realizarse en un ambiente de libertad, paz y respeto. El propósito de la educación para la participación en el proceso de enseñanza y aprendizaje, consiste en contribuir al desarrollo de las personas y a la evolución de los países.

Requiere también de un desarrollo objetivo, imparcial y sin rigidez ideológica, una elevada responsabilidad y espíritu de compromiso cívico, así como de un ambiente familiar democrático, y de un aprendizaje práctico y vivencial de la democracia en las instituciones educativas.

En la actualidad resulta inconcebible una sociedad sin valores. De ahí que el desarrollo de éstos es de importancia vital para el adecuado funcionamiento de cualquier grupo social.

La presencia de los valores se da en toda organización y su transmisión forma parte inherente de la actividad cotidiana en las instituciones educativas. Enseñar para la vida es la preocupación central de la educación en valores. Las instituciones educativas, además de transmitir conocimientos, deben formar en sus alumnos la responsabilidad ética, esto es, el deber ser que existe más allá del conocimiento (IFIE-ITESM).

La promoción de los valores constituye un elemento fundamental de la calidad de la educación, pues ellos representan una fuerza interior profunda que define y caracteriza a las personas, confiere identidad y aglutina a los grupos humanos.

En este sentido, si todo proceso educativo está relacionado con los valores, entonces no es posible hablar de educación sin suponer la presencia de una axiología educativa voluntaria o involuntaria.

La calidad de una educación integral radica en gran medida en que se preocupe por la promoción de los valores. La educación en valores permitirá que los alumnos adquieran una fuerza interior que los definirá y los caracterizará, y que, a su vez, habrá de conducirlos a un alto grado de compromiso con el desarrollo y el perfeccionamiento de sus habilidades, así como a hacer, sentir, pensar y ser con el objeto de comprenderse mejor a sí mismos, a las otras personas y a la vida.

Enseñar en valores presupone un contexto participativo que tome en cuenta el nivel de desarrollo en que se encuentren los alumnos, que vaya de lo simple a lo complejo y que permita vivir las experiencias educativas en un ambiente de libertad y respeto.

Una serie de investigadores (Piaget, 1932; Kohlberg, 1981, 1984; Gilligan, 1982) han planteado el estudio de la forma en que se desarrolla el proceso de adquisición de valores sociales, entre ellos los morales.

Piaget<sup>1</sup>, a partir de los trabajos de Durkheim con respecto al logro de la autonomía moral en los niños, se propuso estudiar la forma en que éstos van adquiriendo las normas morales en el contexto de las relaciones con otros niños y no sólo con los adultos, como lo había planteado Durkheim.

El contexto idóneo encontrado por Piaget para realizar estos estudios es el de los juegos de reglas que desarrollan los sujetos entre los seis y los doce años. En estos juegos, los niños pequeños son iniciados por otros mayores en el respeto y en la práctica de las reglas, y ponen en práctica valores tales como igualdad y solidaridad entre el grupo de iguales.

A partir de estos estudios, Piaget observó que los niños practicaban las reglas mejor de lo que podían explicarlas, e investigó también aspectos relacionados con el desarrollo moral, tales como la responsabilidad a la luz de las intenciones, la mentira, el castigo y la noción de justicia.

Por su parte, Delval y Enesco mencionan que cuando los niños se involucran personalmente son por lo general más capaces de distinguir los actos intencionados de los que no lo son.

---

<sup>1</sup> Han planteado el estudio de la forma en que se desarrolla el proceso de adquisición de valores sociales, entre ellos los morales

Otros autores relacionados con la educación de adultos han comprobado que estos principios operan igualmente en el caso de personas que han rebasado los 18 años.

A partir de las investigaciones realizadas por Piaget, es posible concluir que con la edad se presenta un progreso en la capacidad que tienen las personas para distinguir los aspectos que están involucrados en una situación social: actores, acciones, intenciones y consecuencias, tanto en un nivel práctico personal, como en un nivel de reflexión más impersonal. Ambas características resultan fundamentales al educar en valores.

### **2.1.1. ESCUELA Y VALORES**

En la actualidad, la familia, la escuela y la religión, como instancias que tradicionalmente han sido las encargadas de la transmisión de valores morales, han perdido su fuerza desplazadas por los medios de comunicación, y la sociedad se enfrenta a la fragmentación del discurso moral con todo lo que este hecho conlleva.

Por ello, resulta fundamental generar estrategias de corresponsabilidad social que contribuyan con los esfuerzos continuos de las instituciones educativas en la generación de una sólida formación moral ligada a la educación para el desarrollo. Si, como menciona Villalpando, "valor es lo que vale para el hombre, y vale para el hombre lo que tiene significación en su vida" el compromiso implica ir más allá del conocimiento, pues el aprendizaje de los valores debe ser significativo e inherente a la actividad cotidiana de la escuela. Por ello, tiene que:

### **2.1.2. Plantear al educando situaciones reales y presentarle alternativas significativas.**

Darle elementos que pueda tomar en cuenta para decidir de manera imparcial.

Darle a conocer las prohibiciones y reglamentos que debe respetar, es decir, la normatividad social.

Al educar en los valores, la escuela debe tener como finalidad que el alumno sea capaz de explicar una conducta apoyado en su valoración y justificado por el consenso y la realidad social.

Dicho consenso deberá alcanzarse a través del diálogo y estar libre de presión, coacción o engaño. Para alcanzar tal nivel de juicio es necesario, de acuerdo con Puig-Rovira, desarrollar en el educando las capacidades de comprensión crítica de la realidad personal y social que le permita reconocer y valorar el significado de las situaciones concreta.

### **2.1.3. LA COMUNICACIÓN ASERTIVA**

Muchas veces hemos oído la palabra asertividad; ser asertivos, es respetar comportarse de forma asertiva y expresar aquello que necesitas, sientes y piensas y obrar en consecuencia, sin pasividad o agresividad.

A veces lo llamamos “saber decir las cosas” o en el otro extremo, “no dejarse avasallar”, y nos referimos normalmente a ser capaces de pedir lo que es nuestro, sin necesitar pasar por encima de nadie ni dejar de decir lo que realmente pensamos por miedo a la reacción.

Habr  quien piense que estamos hablando de una postura egoísta, de soltar aquello que nos venga en gana y desentendernos de las consecuencias. Nada más lejos de su significado.

### **2.1.3.1. LA COMUNICACIÓN ASERTIVA**

Examinar los propios intereses y estimar en qué medida deben ser respetados. No es un capricho momentáneo, sino lo que realmente quiero. Observar la conducta específica del otro y determinar su estilo de comportamiento.

Gestionar los sentimientos frente a los demás para no tener conductas agresivas o pasivas. Al saber cómo es quien tengo delante, puedo comprender cómo le va a sentar aquello que yo le diga.

Ponerse en el lugar del otro y tratarlo asertivamente, aunque él no se comporte de igual manera. No entrando en juegos ni dinámicas que nos alejen de nuestro objetivo.

Sentir autoestima, estar seguro de que lo queremos y nos lo merecemos. Podemos decir que para comunicarnos con otros sin sentirnos agredidos la conciencia propia de los seres humanos con una seguridad en uno mismo, firmeza en las propias concepciones, sentimientos y pensamiento<sup>2</sup>.

Como nos dice Renny Yagosesky para alcanzar una comunicación adecuada que nos permita establecer vínculos satisfactorios y efectivos, el

---

<sup>2</sup> IGOR FERNANDEZ

camino más adecuado es aprender a expresar nuestras ideas con asertividad. La asertividad es una forma de comunicación basada en el respeto por uno mismo y por los demás. Implica poder expresar de manera clara, directa y honesta aquello que consideramos justo para nosotros y que obedece a los que sentimos y deseamos realmente.

Es frecuente que la asertividad sea confundida con confrontación cuando en realidad nada tiene que ver una cosa con la otra. Expresarse asertivamente no significa "pegarle en la cara" a los demás lo que consideramos nuestra verdad. Debemos recordar que "la verdad sin compasión es agresión". Tampoco significa que hay que decirlo todo.

De hecho una expresión asertiva únicamente muestra lo que consideremos necesario o importante decir. La asertividad refleja la convicción íntima de nuestro valor personal, de nuestra importancia y dignidad, de nuestro sentido de merecimiento, del aprecio y reconocimiento de nuestra valiosa condición humana.

Existen algunos factores observables que nos indican si estamos o no frente a una comunicación asertiva, y no tímida o agresiva. Estos son, entre otros: contacto visual, expresión de los sentimientos, resentimientos o expectativas; estilo sereno y firme, temática puntual, solicitud de respuesta y aceptación de las consecuencias ante lo expresado.

La comunicación asertiva no envía dobles mensajes. Expresa desagrado si algo nos desagrada, así como agrado si es que algo nos agrada.

Es común que a quienes practican la comunicación asertiva, se les califique de egoístas, de poco diplomáticos o de "superiores". En realidad, la gente

asertiva es honesta, y por ende creíble y confiable en los vínculos interpersonales.

No pocos consideran que la asertividad es toda una escuela con filosofía propia. Tanto es así, que existe un código de refuerzo de la conducta asertiva, que nos muestra los que han sido denominados "derechos asertivos", y que vienen a validar la conducta de las personas asertivas en cuanto a su manera de ser y relacionarse. Estos son:

Tengo derecho a:

Ser mi propio juez

Ser tratado con dignidad y respeto. Cambiar de opinión.

No dar explicaciones de mi conducta.

Tener mi propia manera de pensar, sentir y actuar.

Actuar independientemente de la buena voluntad de los demás.

Pedir lo que deseamos, aceptando que el otro puede decir SÍ o puede decir NO.

### **2.1.3.2 LA COMUNICACIÓN ASERTIVA POR LIC. RENNY YAGOSESKY**

Tener todo lo bueno de la vida.

- Cometer errores y ser responsables de ellos.
- Un mundo íntimo y privado con nosotros mismos.
- Tenemos derecho a NO actuar asertivamente y a asumir las Consecuencias.
- Decir "no entiendo", "no sé" o "no quiero".

Como todo en la vida, la asertividad tiene sus riesgos y sus beneficios. Puede producir reacciones entre las personas poco habituadas a escuchar

"la verdad"; en ocasiones, inhibe a los demás de decir lo que piensan para "evitar fricciones", aunque en su lado positivo, un aumento de la autoconfianza<sup>3</sup> ante la posibilidad de expresarnos con autenticidad, nos permite establecer relaciones de mayor calidad basadas en la sinceridad, reduce al mínimo la posibilidad de malos entendidos, vence gradualmente el sentimiento de culpa que se padece cuando no se dice lo que se piensa; suprime la tendencia a la agresividad típica del resentimiento y la acumulación de situaciones inconclusas; y muy especialmente, impide que las personas nos manipulen y abusen de nosotros.

Es posible para casi cualquier persona, aprender a expresarse asertivamente, siempre que valore sus beneficios y ponga en prácticas algunas de las técnicas de asertividad que nos permiten crear y sostener relaciones positivas, estables, honestas y duraderas.

### **2.1.3.3 LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN Y LA ASERTIVIDAD.**

Naciste para vivir en comunidad, por ello, existe en ti una necesidad inherente de comunicarte, pues es la base que tienes para relacionarte con los demás, dar y recibir amor y desarrollar al máximo tus habilidades, tu potencial y cumplir tu propósito.

Quien no se comunica, sea verbal o no verbalmente no se siente vivo, se siente cada vez mas vacío. Sin embargo, la comunicación en sí misma no basta, hay que comunicarse de manera efectiva, de manera clara, de forma donde aportes al desarrollo de los demás y ellos al tuyo. Donde haya

---

<sup>3</sup> Renny Yagosesky según su criterio: "La asertividad es una forma de comunicación basada en el respeto por uno mismo y por los demás

comprensión, entendimiento, libre intercambio de ideas y respeto. Precisamente es allí donde entra la comunicación asertiva.

La asertividad como habilidad comunicativa y como hábito conductual facilita la comunicación, potencializa la efectividad en la misma y ayuda a lograr obtener respeto, atención y colaboración de los demás guardando tu sentido de identidad, de valor e integridad y todo eso respetando en todos los sentidos a los demás.

El ambiente que creas a tu alrededor cuando eres asertiva atrae múltiples oportunidades de trabajo, mejores amigos, relaciones familiares y personales más estables e incluso el respeto de tus adversarios. Sin embargo, lo más importante de la asertividad es el sentido de autovaloración, autoestima y fortaleza que alcanzas. Mientras más amenudeo practicas comunicación asertiva más se afianzan tu identidad, autenticidad y libertad.

#### **2.3.3.3.1 LA ASERTIVIDAD EN EL LIDERAZGO**

La asertividad parte de una postura de respeto hacia los demás, claridad en tus criterios y la convicción en lo que defiendes, es confianza en ti misma, valoración y reconocimiento de las cualidades de los demás. Como mencionamos en los artículos anteriores, la asertividad busca soluciones de Ganar, Ganar. Todas estas son cualidades intrínsecas de un buen líder.

La palabra liderazgo define al proceso de influir en otras personas y de incentivarlas para que trabajen en forma entusiasta por un objetivo común.

Dalberto Chiavenato, destaca que “Liderazgo es la influencia interpersonal ejercida en una situación, dirigida a través del proceso de comunicación humana a la consecución de uno o diversos objetivos específicos.

El liderazgo no radica en la posición que ocupes o el título que tengas. No somos mejores líderes tratando a los demás con autoritarismo y agresividad. Tampoco podemos ser líderes dejándonos manipular ni cohibir ante los demás. Un buen líder cumple su propósito, para ello es necesario seguridad y convicción en lo que cree. Sin embargo, es a la vez flexible y sabe tratar con respeto a los demás, reconocer sus derechos y valorarlos.

## **LIDERAZGO ES LA INFLUENCIA INTERPERSONAL DE DALBERTO CHIAVENATO**

### **2.1.3.3.2 EL IMPACTO DEL COMPROMISO EN EL DESARROLLO DE LA ASERTIVIDAD.**

Cuando una opinión se respalda con compromiso se convierte en convicción. El compromiso es lo que sustenta el cambio, es lo que nos hace permanecer cultivando la comunicación asertiva cuando el camino se vuelve difícil. El compromiso transforma nuestro sueño de ser respetadas, escuchadas y aceptadas en una realidad. Nos mantienes firmes cuando nos presionan, cuando estamos frente a una persona agresiva o manipuladora.

El compromiso nos mantendrá comportándonos con asertividad cuando el miedo, la duda, la falta de fe en nosotras misma nos quiera derribar. Si no sabes dónde vas, cualquier camino sirve. Lewis Carroll Cuando tenemos

nuestro propósito claro, y sabemos lo que queremos es mucho más fácil comunicarnos asertivamente, y lograr exigir nuestros derechos.

Al saber lo que queremos y cuales cosas no podemos ceder y en cuales cosas podríamos negociar, resulta mucho más difícil situarse en una posición en que otros nos puedan manipular, o presionar a hacer lo ellos quieren, también disminuye la posibilidad que reaccionemos agresivamente.

Contrario a lo que se puede pensar es mucho más fácil mantener la calma y tratar de colocarse en el lugar del otro y respetar su postura, pues ya tu sabes cuán importante es una meta para quien la tiene y puedes respetar mas a los que las tengan aunque no estés de acuerdo con su postura, por otro lado, si sabes lo que quieres te liberas automáticamente de una gran carga emocional, que te llena de estrés y de angustia y que muchas veces te hace reaccionar de manera poco asertiva

#### **2.1.3.3.3 LA ASERTIVIDAD Y EL AUTOESTIMA SALUDABLE.**

Una fuerte y sana autoestima te garantiza que respondas con asertividad en tu comunicación. Pues proyectas más seguridad, y te comunicas con mayor claridad, precisión y efectividad. A través de un autoestima saludable reconoces tu valor, tus derechos, por lo tanto exigirlos sin por ello ser agresivos.

Con autoestima fuerte y saludable serás cada día más asertiva, y a su vez, con cada ocasión oportunidad en que practiques tu asertividad aumentarás mas tu autoestima, formándose así un círculo que te ayudara a alcanzar el éxito que tanto anhelas.

### **2.1.3.4 COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:**

La comunicación, las relaciones humanas y el tiempo organizacional. Son muchos los sucesos que se presentan en el ámbito personal, familiar y laboral, problemas que se atribuyen a la comunicación y a la inadecuada transmisión e interpretación de los mensajes.

Se hace caso omiso a estas recomendaciones y solo nos percatamos de su importancia cuando estamos en crisis o en problemas mayores. Además está recordar los costos emocionales y económicos que esto acarrea, a personas y organizaciones.

Las organizaciones son “sistemas socio-técnicos”, de allí que el componente humano sea un factor importante. La comunicación es la base de las relaciones humanas y en el ámbito empresarial, está muy relacionado con el proceso de toma de decisiones - oportunas- y a tiempo.

De esta manera ya se están enlazando para servirse mutuamente: relaciones grupales, comunicación, toma de decisiones y tiempo efectivo de trabajo.

#### **2.1.3.4.1 ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN? O ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN EFECTIVA?**

La palabra comunicación viene del latín communis, común, de aquí se deriva que el comunicador desee establecer una comunidad de información con otro receptor.

Existen diferentes conceptualizaciones del término comunicación, los recogeremos de forma sencilla y diremos que la comunicación es la

transmisión de información y entendimiento mediante el uso de símbolos comunes. Estos símbolos comunes pueden ser verbales o no verbales.

### **2.1.3.5 PROCESO DE LA COMUNICACIÓN.**

#### **2.1.3.5.1 COMUNICACIÓN EFECTIVA.**

Se pudiera considerar que una comunicación es efectiva cuando reúne características, tales como:

- a) El mensaje que se desea comunicar llega a la persona o grupos considerados apropiados para recibirlos.
- b) La consecuencia de la comunicación es el cambio de conducta esperado en el receptor.
- c) Cuando no es unilateral, sino que estimula la retroalimentación al mensaje enviado (mensaje de retorno), ya que es igualmente importante saber escuchar, tanto como saber hablar.
- d) Cuando existe coherencia entre el lenguaje verbal y el corporal.
- e) Cuando se ha escogido el momento, las palabras y la actitud apropiada.

#### **2.1.3.5.2 TIPOS DE COMUNICACIÓN, SEGÚN EL CONTEXTO:**

A grandes rasgos se pueden señalar tres tipos de comunicación, esta diferenciación es dependiendo de las características de los receptores:

1. Comunicación interpersonal.

2. Comunicación masiva.
3. Comunicación organizacional

#### **2.1.3.5.2.1 LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL**

La comunicación interpersonal es aquella que se realiza generalmente cara a cara, entre dos individuos o un grupo reducido de personas. Conversaciones cotidianas entre familiares, o también cartas entre amigos (comunicación escrita)

#### **2.1.3.5.2.2 LA COMUNICACIÓN MASIVA**

La comunicación masiva está representada principalmente en los medios de difusión de información: radio, televisión, periódicos, revistas , INTERNET, entre otros. El mensaje es enviado por un emisor y no hay respuesta inmediata, hay miles de receptores: viendo, oyendo o leyendo los mensajes. Algunos medios de comunicación de masas.

#### **2.1.3.5.2.3 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:**

La comunicación organizacional es aquella que instauran las instituciones y forman parte de su cultura o de sus normas. En las empresas existe la comunicación formal e informal.

##### **2.1.3.5.2.3.1 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL FORMAL:**

La establece la propia empresa, es estructurada en función del tipo de organización y de sus metas. Es controlada y sujeta a reglas.

Entre los medios de comunicación más conocidos a nivel de las empresas está el memorándum -correspondencia escrita- entre departamentos; las reuniones con agenda escrita y entregada previamente, el correo electrónico a través de computadoras en redes, entre otras.

La considerada comunicación formal en las organizaciones tiene direccionalidad, lo cual indica la relevancia o intencionalidad de la misma y se han clasificado en:

- Comunicación descendente (de la dirección o gerencia hacia el personal).
- Comunicación ascendente (del personal hacia la dirección, gerencia presidencia de la empresa).
- Comunicación horizontal (entre el personal de igual jerarquía).
- Comunicación diagonal (entre miembros de departamentos diferentes que se cruzan), no necesariamente cubriendo la línea de forma estricta, por ejemplo, contraloría solicita -urgente- a la gerencia de recursos humanos la nomina de la institución, el encargado de la nomina se la hace llegar, de forma directa.

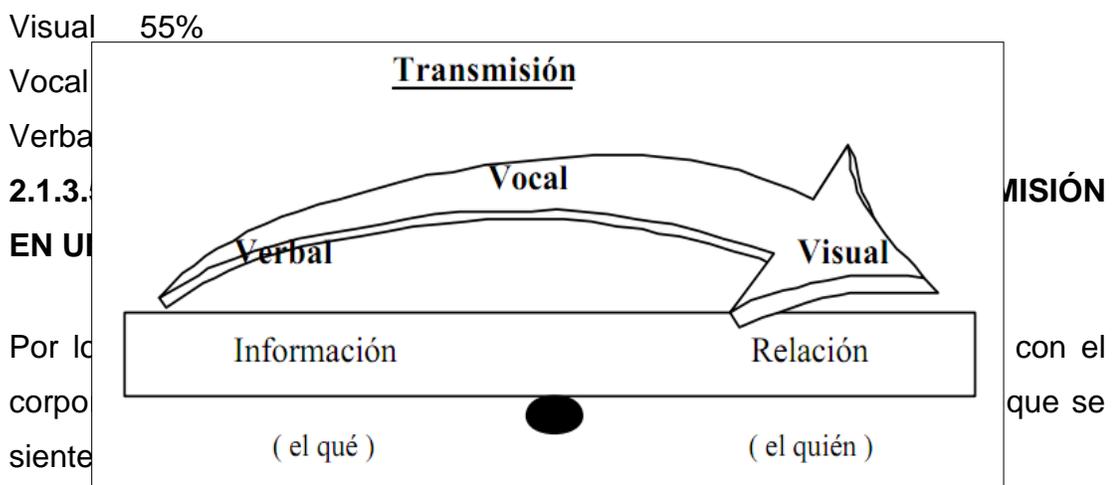
#### **2.1.3.5.2.3.2 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INFORMAL:**

Este estilo de relaciones está basado en la espontaneidad, no en la jerarquía, surge de la interacción social entre los miembros y del desarrollo del afecto o amistad entre las personas. La comunicación informal puede beneficiar o perjudicar a la empresa, según como se emplee.

De forma positiva, ayuda a la cohesión del grupo y a dar retroinformación sobre diferentes aspectos del trabajo realizado. De forma negativa, el rumor o chisme, es un distorsionador de la productividad y no ayuda, solo demora y perjudica a las personas y a la organización

### 2.1.3.5.3 TRANSMISIÓN DE UN PROCESO EFECTIVO DE COMUNICACIÓN.

Isabel González: contenidista/compiladora



### 2.1.3.5.4 COMUNICACIÓN ASERTIVA.

El proceso de comunicación visto de forma teórica o para efectos de análisis, pareciera sencillo, pero dicho proceso se ve interferido por variables tales como ruidos durante el envío (tergiversaciones del mensaje o chismes) o ruidos personales (rodeos), como inseguridades, timidez, falta de estima, entre otros.

En virtud de lo anterior consideramos relevante rescatar dos conceptos muy importantes para cualquier proceso de comunicación: autoestima y asertividad.

Estos conceptos ya fueron tocados anteriormente a lo largo del curso, pero es importante tenerlos presente:

#### **2.1.3.5.4.1 AUTOESTIMA.**

Es la expresión sin lastima ni complejos de sí mí mismo. Un crecimiento personal sin evaluaciones ni chantajes hacia sí y hacia los que nos rodean. Una fuerza interna que centra y organiza los procesos individuales. Si se recurriera a algunos sinónimos autoestima es autovaloración, autoimagen, autoconfianza.

Una comunicación basada en la propia estima tendrá congruencia, es decir se hará verdadero contacto y se será emocionalmente sincero con nosotros mismos y con nuestro interlocutor.

#### **2.1.3.5.4.2 ASERTIVIDAD.**

Este es otro componente esencial para el equilibrio en las relaciones humanas. Asertividad es autoafirmación, es la expresión cabal de mis sentimientos. Comunicación asertiva es la respuesta oportuna y directa, que

respetar la posición propia y la de los demás, que es honesta y mesurada para con los involucrados.

Los niños por excelencia son muy asertivos, van directo a sus necesidades y sentimientos, y se caracterizan por ser descriptivos en sus percepciones u opiniones, de allí que no hagan juicios o evaluaciones de la conducta de los otros, solo la describan. De ellos hay que aprender.

La asertividad, es una de esas cualidades un poco complejas de desarrollar. Se trata de ser firmes en nuestras decisiones de tal manera que no lleguemos al punto de la pasividad (es decir, cuando permitimos que otros decidan por nosotros, o pasen por alto nuestras ideas y valores) pero tampoco en el extremo contrario de la agresividad.

Mediante la asertividad, podemos comunicarnos de una forma clara y concisa, haciendo valer lo nuestro ante los demás. Contar con un criterio en la sociedad de hoy es indispensable para lograr lo que queremos.

No existe un líder que no sea asertivo. Generalmente las personas asertivas tienden a tomar decisiones y guiar a otros de manera mucho más sencilla que quienes no cuentan con este rasgo.

Por lo regular, las personas que siguen a líderes, son menos asertivas que ellos. Esto no significa que quienes no son asertivos se equivoquen con sus vidas, ni que quienes lo son tengan el cielo ganado.

Significa que al menos, cuando se tiene una visión clara del mundo y del camino que queremos recorrer, y además contamos con la habilidad de

comunicarlo de forma asertiva, el éxito formará parte de nuestras vidas indefectiblemente.

Uno de los valores que promueve la asertividad, es el respeto. Un ejemplo claro de asertividad es el siguiente: Estás en un restaurante, y pides una comida sin cebolla. El mesero sin embargo, te trae justo la comida que pediste, pero haciendo caso omiso a tu advertencia, y solicitándola al chef con abundante cebolla.

Una persona pasiva, aceptaría la comida con gusto, y la consumiría incluso si no es de su agrado. Una persona agresiva (el otro extremo de la asertividad) se enojaría y trataría mal al mesero, al chef y a todo el que esté cerca.

Sin embargo, una persona asertiva, no se dejaría llevar, ni por la ira, ni por el criterio de otros. De forma muy educada, le haría saber al mesero que su pedido no fue entregado a satisfacción, y solicitaría lo cambiasen.

Otro ejemplo puede ser el adolescente cuyos amigos lo invitan a una fiesta que no quiere ir y acepta. Lo que ocurre es que carece de asertividad, pues no debería aceptar ir donde no quiere. Ni tampoco, claro, llegar al otro extremo.

Como estos pueden haber montones de ejemplos, lo importante es que captes la idea de que la asertividad, es simplemente una manera de forjar un carácter y personalidad sólidos como roca. Ser asertivo no es ser maleducado. Hay que tener esto muy en cuenta cada vez que empieces a cuestionar tu asertividad.

Si la asertividad que practiques no incluye respeto y tolerancia hacia los demás, no es asertividad. Posiblemente es atrevimiento.

#### **2.1.3.5.4.3 COMUNICARSE ASERTIVAMENTE**

La comunicación asertiva viene desde nuestra mente subconsciente. En realidad, cuando nos comunicamos asertivamente, estamos dando a entender clara y concretamente nuestro punto de vista y lo que queremos lograr.

Nuestro mensaje transmitido debe poder ser interpretado tal y como queremos que sea interpretado. Generalmente estamos acostumbrados a dar rodeos cuando tememos a la reacción de los demás, a lo que vayan a pensar de nosotros y a si estarán a favor o en nuestra contra.

Ser asertivo significa, decir las cosas como son y sin vergüenza, ni temor a lo que los demás piensen. Una persona homosexual de la cual nadie conozca su condición, no es asertiva. Un homosexual asertivo le diría a la sociedad que lo es, independientemente de cómo esta pudiere juzgarlo.

#### **2.1.3.5.4.4 EJEMPLOS DE COMUNICACIÓN ASERTIVA**

Comunicación no asertiva: Hola profesor, verás... no sé si podré presentar el trabajo... Tengo muchas cosas que hacer y no me dará mucho tiempo., ojalá pudiera pero no puedo, puedo intentarlo, podría pero se me hará difícil y por eso le pido que por favor, si no le es molestia y me haría un gran favor que si por favor me permite entregar el trabajo un poco más tarde.

Comunicación asertiva: Hola profesor, me es completamente IMPOSIBLE (recaltar la palabra imposible) entregar el trabajo a tiempo. El motivo es que tengo 2 trabajos de historia, uno de física, uno de ciencias sociales y además tengo que ir mañana y dentro de 3 días al médico a 200 km de aquí para un tratamiento nuevo que me va a dejar algo trastocado. Así que por favor,

DEME un respiro para que pueda entregarle un excelente trabajo. No se lo pediría si no fuera algo completamente excepcional.

En el primer caso de comunicación no asertiva centramos la mayor parte del discurso en pedir perdón, titubear y estar inseguros. En el segundo caso resaltamos, una y otra vez la importancia de porque no podemos entregar el trabajo a tiempo y le hacemos entender al profesor nuestra postura con lo cual es mucho más probable que acepte, en caso de que no lo haga podemos insistir una vez más con nuestra comunicación asertiva. Esto implica sin embargo, que lo que se esté diciendo sea completamente cierto. Ser asertivo, no es mentir ni manipular para lograr lo que queremos.

Adicionalmente, la asertividad aunque parezca simple y no demuestre su verdadera importancia, lo cierto es que quienes la tienen presente viven una mejor vida.

Tienen mayores posibilidades de ser mejores en su trabajo y de obtener aumentos si ese es su deseo. Pueden llegar a ser líderes e incluso tener sus propios negocios empleando a personas que le colaboren. Se comunicará más efectivamente con todas las personas, incluidas las del sexo opuesto, a las que podrá conquistar más fácil eventualmente.

Las personas asertivas son recordadas, no pasan desapercibidas, porque simplemente le comunican al mundo sus deseos y se los comunican con claridad. Exigen lo que se debe exigir y respetan a los demás.

Recuerda en todo caso que para exigir, se debe merecer, y si vas a comunicar asertivamente exigiendo algo que es tuyo, primero debes interiorizar la idea de que lo mereces plenamente.

#### **2.1.3.5.4.5 PASOS PARA SER ASERTIVO**

Una comunicación asertiva te permite aclarar la comunicación y que defiendas tus derechos, sin empeorar las cosas o lograr un resultado negativo con tus seres amados

##### **Paso 1. Envía mensajes claros**

Esta persona nunca le habló claro a su marido sobre cómo se sentía cuando él la presionaba a pasar tiempo con él y no con su madre, y cuando lo hacía, se reía nerviosamente, hacía ruidos aclarando su garganta y tartamudeaba, casi sin mirarlo a los ojos. Como resultado, su esposo no recibía un mensaje claro de lo que ella le trataba de decir.

Para comunicarte claramente, observa tu postura y tus expresiones faciales, así como los movimientos de brazos y manos. Sobre todo pon más atención a tu tono de voz, el cuál comunicará mucho más que las palabras que dices.

##### **Paso 2. Aprende cómo escuchar**

La persona asertiva ha desarrollado su habilidad de escuchar. Mientras que oyes a través de tus oídos, escuchar verdaderamente se hace con el corazón. Para ser un mejor comunicador, comienza por convertirte en una persona que escucha a los demás.

##### **Paso 3. Comienza la conversación con “yo siento” y no “deberías de”**

Las palabras tienen un poder tremendo para determinar la manera en la que los demás nos entienden y cómo responden en una situación determinada. Por esta razón, las personas con buenas habilidades de comunicación

asertiva, se enfocan en el comportamiento y no en el carácter de la persona, se mantienen en el punto, no utilizan etiquetas y hace declaraciones del tipo “yo” en lugar del “tu”.

En la historia que comentábamos al principio, la esposa intentó esto con su esposo y le funcionó muy bien. Esto es lo que le dijo: “Cariño, te amo y deseo estar contigo, pero también necesito pasar tiempo con mi madre ahora. ¿Podrías arreglártelas sin mí por una hora cada noche? Yo trataré siempre de volver a las 8:30 pm”

#### **Paso 4. Reconoce tu parte en el conflicto o asunto**

El enojo es casi siempre un proceso creciente, que tiene que ver con dos personas que han creado un sentimiento negativo la una por la otra, algunas veces de manera instantánea y en ocasiones durante un largo tiempo. Es natural culpar a otro miembro de la familia por el problema, especialmente cuando estamos enojados o defensivos. Pero una vez que volvemos a la normalidad, a la persona asertiva le es posible aceptar algo de responsabilidad por el conflicto. Esta aceptación y reconocimiento de tu contribución al problema, es indicación de madurez emocional y puede crear una atmósfera totalmente diferente entre los miembros de una familia en conflicto.

#### **2.1.3.5.4.6 LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN FAMILIA**

Uno de los escenarios más complejos en los que se desarrolla la comunicación humana es la familia, puesto que quizás hay más permisos para opinar, criticar y juzgar, del mismo modo la familia es un fuerte respaldo en los momentos difíciles, sin embargo hay que tener en cuenta que para

tener una comunicación asertiva en esta esfera, es fundamental que reclames tus derechos, pidas respeto para que conserves tu autenticidad de una manera respetuosa, para preservar los lazos familiares y establecer límites claros.

Para que puedas tener una comunicación asertiva en tu familia, es necesario que expreses tus sentimientos con claridad, ya que es esencial que las personas que te rodean conozcan ¿Qué es lo que te preocupa? ¿Qué es lo que te molesta? ¿Y por qué reacciones de cierta manera? Lo más importante es sobre todo expresar tus puntos de vista de una manera concreta, respetuosa y equilibrada, ya que como sabes al interior de la familia se maneja mayor sensibilidad emocional.

De otro lado, para que tengas más asertividad en tu familia, es indispensable que te aceptes tu forma de ser y tus valores, siempre con equilibrio y confianza, sobre todo de una manera clara, directa y equilibrada, expresando tus ideas y sentimientos, para defender tus legítimos derechos sin herir, agredir o perjudicar a los demás, para ello es necesario actuar desde un estado interior de autoconfianza.

#### **2.1.3.5.4.6.1 COMUNICACIÓN ASERTIVA Y LA CULPA**

Es indispensable tener en cuenta que para ser asertivo o asertiva con tus seres queridos es necesario que no caigas en el juego de la culpa, ya que la culpa limita la posibilidad de conversación, debido a los señalamientos que se desarrollan de parte y parte, generando rupturas y dolores emocionales complejos de resolver.

#### **2.1.3.5.4.6.2 CONVERSACIONES FAMILIARES**

Debido a que en las conversaciones dentro de la familia suelen ser abiertas, ya que se expresan opiniones y críticas libremente, esto suele herir susceptibilidades, que afectan notoriamente la comunicación interpersonal, de hecho considero que cada familia tiene sus propios estilos de comunicación, unos son abiertos y transparentes donde se construyen conversaciones edificantes.

Otras familias se comunican desde la culpa y la crítica continua, debido a que quizás no acepten un estilo de comunicación, allí es donde la familia se debe abrir y debe dejar los prejuicios y aceptar a la otra persona con sus bemoles, ya que si los integrantes de la familia se comunican con transparencia, hay mayor posibilidad de que se presente un estilo de comunicación asertiva y equilibrada donde se acepte a las personas con sus virtudes y defectos.

Y otro estilo de comunicación dentro de la familia es la comunicación pasiva, donde las personas usan el silencio como una forma de resolver los conflictos, sin embargo esto resulta ser una bomba de tiempo, ya que esto se puede convertir en comunicación agresiva, donde se suele herir con las palabras y los comportamientos a tus seres queridos.

Otro elemento que me parece importante es que todos los seres tenemos el derecho de tener frustraciones de estar enojados es más importante expresar el enojo, ahora bien lo importante siempre tiene que ser duro con las situaciones, suave con las personas.

## **1.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

La parte legal de nuestra propuesta se fundamenta en la tercera sección de la Constitución sobre la Comunicación e información art. 16 literal 1, 3, 5 y art.17 literal 2 y 3.

**Art. 16.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
  
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
  
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

**Art. 17.-** El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias

## **CAPITULO II**

### **2. ESTRATEGIAS METODOLÓGICA**

#### **2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

En el estudio de investigación sobre la incidencia de la comunicación asertiva emplearemos el diseño experimental que es una técnica estadística que nos permite identificar y cuantificar las causas de un efecto dentro del estudio experimental.

En un diseño experimental se manipulan deliberadamente una o más variables, vinculadas a las causas, para medir el efecto que tienen en otra variable de interés.

El diseño experimental prescribe una serie de pautas relativas qué variables hay manipular, de qué manera, cuántas veces hay que repetir el experimento

y en qué orden para poder establecer con un grado de confianza predefinido la necesidad de una presunta relación de causa-efecto.

## **2.2. METODOLOGÍA**

### **2.2.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN A UTILIZAR**

La presente investigación es necesario aplicar varios métodos como el descriptivo, ya que nos ayudaría a la comunicación asertiva entre las promotora de los centro de cuidado diario en la provincia de Santa Elena.

Es preciso complementarla con el método de la observación para reflejar los fenómenos tal como se dan en su contexto natural y social.

El método no experimental es conveniente aplicarlo ya que deseamos llegar a la causa del fenómeno más no a controlar la situación.

### **2.2.3. ETAPAS A SEGUIR DEL MÉTODO CIENTÍFICO**

- Encuestas bien formuladas
- Comprometer a los encuestados con la experiencia para contestar las preguntas
- Obtener resultados lógicos de las encuestas
- Elaborar técnicas para verificar los resultados de las encuestas
- Verificar los resultados de las encuestas para comprobar su credibilidad

- Interpretar los resultados encuestados

La ventaja de aprender y practicar comportamientos asertivos. Es que se hacen llegar a los demás los propios mensajes expresando opiniones y mostrando consideración. Se consiguen sentimientos de seguridad y el reconocimiento social. Sin duda, el comportamiento asertivo ayuda a mantener una alta autoestima.

#### **2.2.4 ¿QUÉ ES LA OBSERVACIÓN?**

“La observación consiste en un examen crítico y cuidadoso de los fenómenos, notando y analizando los diferentes factores y circunstancia que parecen influenciarlos”<sup>4</sup>.

Por lo que posemos establecer la problemática existente entre los promotores sociales de de los centros de cuidado diario y los padres de los es primordial la Observación previa para determinar la incidencia.

Para desarrollar este estudio es fundamental aplicar la recolección de datos y su procesamiento, sin olvidar las encuestas que serán organizadas de acuerdo a las circunstancias

#### **2.2.5 POR EL PROPÓSITO:**

Será aplicada, ya que en base a este tipo se resolverá la problemática asertividad en las promotoras de los centros de cuidado diario.

#### **2.2.6 POR EL LUGAR:**

---

<sup>4</sup> [http://www.monografias.com/usuario/perfiles/holger\\_fabian2000](http://www.monografias.com/usuario/perfiles/holger_fabian2000)

Se realizara visitas de campo con el fin de familiarizarnos con los objetivos planteados.

**2.2.7 POR LA PROFUNDIDAD:**

Utilizaremos también el nivel exploratorio, por cuanto utilizaremos investigaciones.

**2.2.8 POBLACIÓN Y MUESTRA**

**2.2.9 POBLACIÓN O UNIVERSO**

La población objeto de la investigación son 22 localidades con 25 puntos de atención. Cabe anotar que cada unidad de atención, brinda el servicio a 60 niños y niñas y estos a la vez hacen un promedio de 850 familias con 22 Promotores, sin tomar en cuenta los CIBV que existen en cada comunidad.

<b>Santa Elena</b>	<b>Comunidades de Santa Elena</b>	<b>Parroquia Chanduy</b>
Barrio Enrique Candell	San Rafael	Barrio Eloy Alfaro
Barrió 16 de Julio	Río Verde	Barrio Primero de Mayo
Barrió Galápagos	Buena Fuente	Barrio 12 de octubre
Barrió Samanes, Mirador	Juan Montalvo	Barrio 10 de Agosto
Jimmy Candell	Colonche	Tugaduaja
Barrió Ruta del Sol–Sector 7	Palmar	El Real
Barrio Enriqueta Candell		Manantial de Chanduy
16 de Julio II		Engunga
Barrio Virgilio Drouet		Puerto de Chanduy

Elaborado por: Ernesto Xavier Gómez Zamora

### 2.2.10 MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra, se considera un universo de 850 familias. Según la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N (p.q)}{(N-1) (e/k)^2 + p.q}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra.

N= tamaño de la población o universo.

p= Posibilidades a favor que se cumpla la hipótesis.

q= Posibilidades en contra de que se cumpla la hipótesis

e = error admisible

k= 2

Donde:

$$n = \frac{N}{e^2(N - 1) + 1}$$

$$n = \frac{N (p . q)}{e^2(N - 1) + 1}$$

$$\frac{(N-1)(e/K)^2 + p \cdot q}{850 (0.25)}$$

$$n = \frac{850 - 1 (0.000625) + 0.25}{212.5}$$

$$n = \frac{849 (0.000625) + 0.25}{212.5}$$

$$n = \frac{212.5}{0.530625 + 0.25}$$

$$n = \frac{212.5}{0.780}$$

$$n = 272.4$$

Muestra: 272 familias a encuestar.

### 2.2.11 FASES DE LA INVESTIGACIÓN

Para abordar soluciones a la problemática planteada se utilizaran las siguientes estrategias:

- Efectuar trabajos de observación

- Aplicación de encuestas a los promotores y padres de familia de los centros de cuidado diario de la provincia de Santa Elena.

### **2.2.12 TÉCNICAS O INSTRUMENTOS PARA LA UTILIZACIÓN DE DATOS**

En lo referente se diseñaran unos cuestionarios para la recolección de datos que aportaran a la investigación, los mismos que trataran sobre: la incidencia de la comunicación asertiva, para de esta manera analizar el porqué de la no participación de los padres de familia de los centros.

Nuestra investigación parte de la investigación bibliográfica por lo que es necesario la revisión de documentos, de libros, revistas que nos permitan conocer más a fondo sobre el tema a investigar.

Se aplicará la encuesta para poder recopilar datos reales del problema en estudio, el mismo se realizará con los promotores sociales y padres de familia de los centros manteniendo reuniones para poder llevar a efecto la observación. Luego de la encuesta se determinará la tabulación para conocer resultados y mediante el diagnostico analizar el problema.

Realizado este proceso se levantará la propuesta de un programa de comunicación eficaz que nos permitirá ir incorporando a las promotoras de los centros de cuidado conocimientos de la comunicación asertiva, con la finalidad de que estos conocimientos mejore los comportamientos humanos de estos, que hagan del diálogo, los acuerdos, los consenso y la aplicación de la razón lograr beneficios en forma homogénea.

### 2.2.13 RECURSOS – PRESUPUESTOS

Nº	Humanos	Nº	Físicos
22	personas para la recolección de la información	1	Vehículo
1	persona para la tabulación de la información	1	Equipo de Computación
1	Supervisor de la investigación (Autor)		
1	Director de tesis.		

### 2.2.14 PRESUPUESTOS.

#### Suministros y Materiales.

Cantidad	Denominación	Costo Unit.	Total
3	Resma de Hojas A4	4,50	13.50
275	Hojas de encuestas	0,03	8.25
22	Tableros (Porta encuestas)	3,00	12.00
22	Esferográficas	0,25	6.25
1	Cartuchos de tinta color	35,00	35.00
2	Cartuchos de tinta color negro	25,00	50,00
5	Anillados	1.50	7.50
5	Empaste de Tesis	20.00	100.00
20	Combustible (gasolina)	2,10	42.00
22	Bonificación de encuestadores	10,00	220.00
	<b>Totales</b>		<b>494.50</b>

## CAPÍTULO III

### 3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Se realizó un estudio descriptivo, explicativo, propositivo que consistió en la observación y visita a los lugares seleccionados para la recolección de los datos a encuestar. Se los interpretó racionalmente para llegar a conocer lo que está pasando en la actualidad y con los objetivos propuestos y establecidos previamente y con la utilización del método descriptivo.

Con el propósito de obtener una ponderada calidad de la información se tomó en cuenta la preparación del entrevistador, las particularidades del entrevistado y las de los habitantes pertenecientes a los barrios marginales las comunidades de la parroquia Chanduy del Cantón Santa Elena.

El presente estudio es de carácter cuantitativo retrospectivo, la recolección de la información se efectuó mediante encuestas, observación, entrevistas y formularios. En el tratamiento de datos de la encuesta y de las entrevistas, los resultados fueron cuantificados por medio de la codificación, con lo que se logró un correcto tratamiento de los datos.

La tabulación de datos y obtención de los resultados se realizó por medio de un programa informático general Microsoft Excel, el mismo que sirvió para obtener las tablas porcentuales con frecuencia absolutas y relativas, así como también la demostración de los resultados mediante gráficos porcentuales (pies) que fueron posteriormente interpretados apoyando la justificación del trabajo de investigación.

Para el desarrollo de la presente tesis se consideró aplicar el método inductivo- deductivo; puesto que se tomo muestras de las diferentes

comunidades para llegar a un análisis general del estado de cada una de ellas, así como también una serie de métodos y técnicas generales y particulares que fortalecieron el trabajo de campo investigativo.

Se procedió a la aplicación de 272 familias a encuestar, distribuidas en los barrios de la cabecera cantonal con mayor población, barrios de la Parroquia Chanduy y las opiniones de estos a las preguntas realizadas fueron las siguientes:

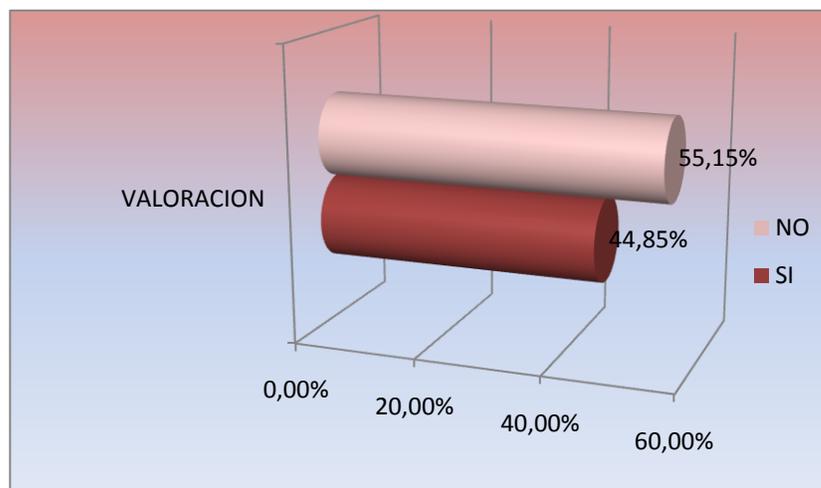
## 4.1 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

### 4.1.1 ¿SABE USTED CUALES SON LAS MODALIDADES QUE OFRECE EL MIES-INFA EN SU LOCALIDAD?

CUADRO Nº 1

¿SABE USTED CUALES SON LAS MODALIDADES QUE OFRECE EL MIES - INFA EN SU LOCALIDAD?			
ITEM	VALORACION	Nº DE FAMILIAS	
		#	%
<b>1</b>	SI	122	44,85%
	NO	150	55,15%
	<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

GRAFICO Nº1



122 familias que representa un 48,85% si conocen de las modalidades que actualmente el MIES - INFA mantiene, 80 familias encuestados conocen el nombre exacto de las modalidades CIBV y CNH y el objetivo que están perciben con los niños y niñas.

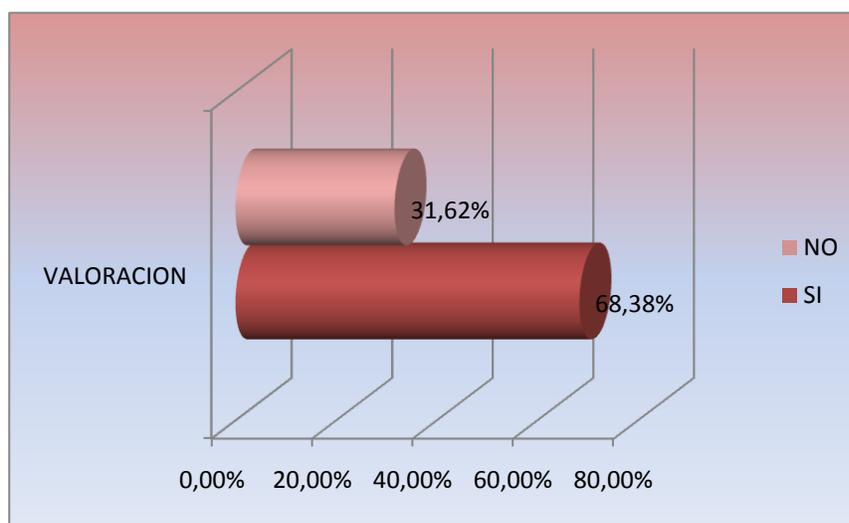
150 Familias que representa un 55,15 % no conocen el significado de las siglas CIBV y CNH y muchos menos de los servicios del MIES - INFA que ofrece a los niños y niñas en su comunidad; Es importante recalcar que aunque no saben los nombres correctos, si conocen las actividades que cumplen en la comunidad. Por ejemplo; CIBV (guarderías) y a los CNH (la escolita), o se los conoce con las siglas pero no saben su significado.

#### 4.1.2 ¿ES USTED AFECTUOSO, RESPETUOSO, AMABLE CON NIÑOS, NIÑAS Y FAMILIA?

CUADRO Nº 2

¿ES USTED AFECTUOSO, RESPETUOSO, AMABLE CON NIÑOS, NIÑAS Y FAMILIAS?			
ITEM	VALORACION	Nº DE FAMILIAS	
		#	%
<b>2</b>	SI	186	68,38%
	NO	86	31,62%
	<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

GRAFICO Nº 2



Aunque las estadísticas alrededor de 83.000 mujeres en el Ecuador sufren un tipo de violencia física, psicológica o sexual lo que supone que 7000 mujeres al mes son agredidas y 230 al día, ocho de cada diez mujeres son

agredida o sufren algún tipo de violencia (INEC). Esto refleja que en la provincia el índice de maltrato ha incrementado, lo cual es evidente en las denuncias recibidas en esta instancia, (lunes 8 de marzo del 2010 diario El Universo), los encuestados respondieron de la siguiente manera;

186 familias que representa el 63,38 % respondieron que si son afectuosos, respetuosos, amables con niños, niñas y familias, esto les permite que los infantes tengan un desarrollo integral, puesto que el afecto que perciben de su entorno inmediato les da las herramientas necesarias para enfrentar la vida, como por ejemplo tener independencia, seguridad, creatividad, confianza en si mismo, desarrollo cognitivo; se debe resaltar lo indispensable que es este clima familiar.

La manera de demostrarlo es jugando con los niños y niñas, brindándoles un ambiente cálido, cubriendo sus necesidades básicas: salud, alimentación, educación, vestimenta, amor, cuidados, respeto, compartiendo tiempo de calidad etc.

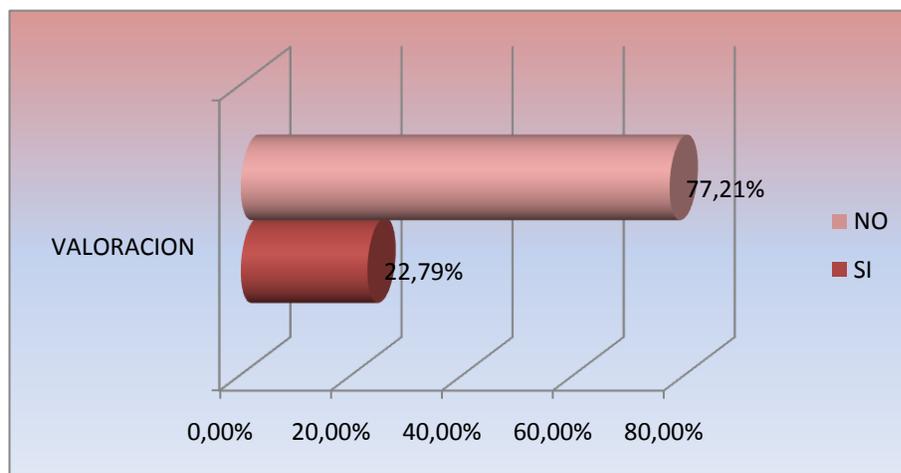
86 que representa el 31.62 % respondieron que no, debido a que por razones ajenas a sus voluntades no tienen sus espacios de tiempo para compartir en familia, el trabajo, la salud, son los factores más comunes que impiden se desarrolle este espacio de interés para los niños y niñas.

#### 4.1.3 ¿SU HIJO ES CREATIVO EN EL DESARROLLO DE TODAS LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA?

CUADRO Nº 3

¿SU HIJO ES CREATIVO EN EL DESARROLLO DE TODAS LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA?			
ITEM	VALORACIÓN	Nº DE FAMILIAS	
		#	%
3	SI	62	22,79%
	NO	210	77,21%
	<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO Nº 3



Las 62 familias que representa el 22,79 % respondieron que si, los familiares cercanos le atribuyen al apoyo emocional y afectivo que reciben los niños y niñas lo que les permite tener mayor creatividad en el desarrollo de sus actividades, muchas personas manifestaban que hoy en día los infantes tienen mayores recursos para su desarrollo, y que ahora nacen muy inteligentes, por eso es que son súper creativos y salen con cada cosa que los sorprende de gran manera en los procesos de aprendizaje.

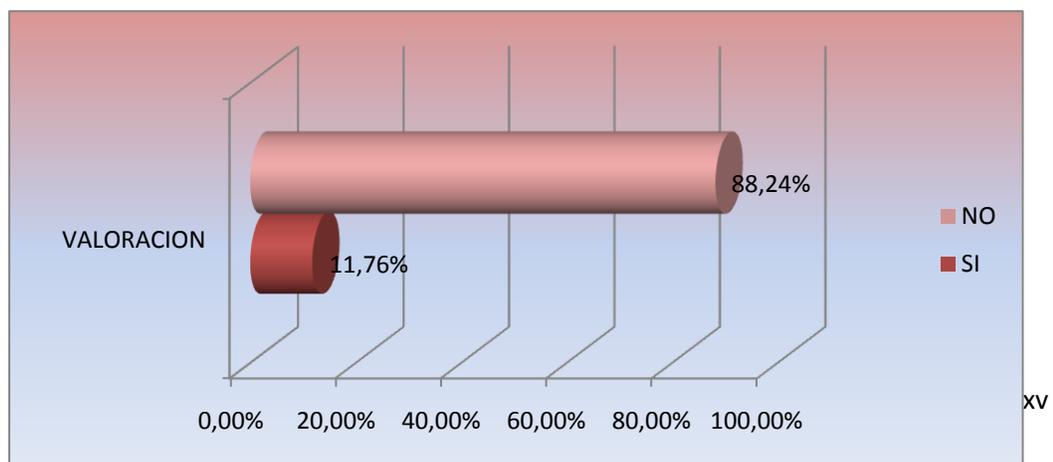
210 familias que representa el 77,21 % respondieron que no, ellos manifestaron esa respuesta debido a que sus niños y niñas tienen ciertas dificultades de salud, lo que les impide puedan demostrar sus habilidades en un 100 %, otro factor es la poca atención que reciben de sus cuidadores, la poca estimulación que reciben, la alimentación deficiente, puesto que muchas familias tienen malos hábitos alimenticios.

#### 4.1.4 ¿ES USTED COMUNICATIVO, DINÁMICO, ÁGIL Y ATENTO CON SU REPRESENTADO?

CUADRO Nº 4

¿ES UD. COMUNICATIVO, DINÁMICO, ÁGIL Y ATENTO CON SU REPRESENTADO?			
ITEM	VALORACIÓN	Nº DE FAMILIAS	
		#	%
<b>4</b>	SI	32	11,76%
	NO	240	88,24%
	<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO Nº 4



Las 32 familias que representan el 11.76 % respondieron que si son comunicativos, dinámicos, ágil y atentos con los representados. Lo consideran así porque tienen muy claro la importancia de utilizar estos recursos y lo saludable que representa para los niños y niñas, recomiendan a los familiares cercanos y amigos así lo apliquen en sus vidas diarias.

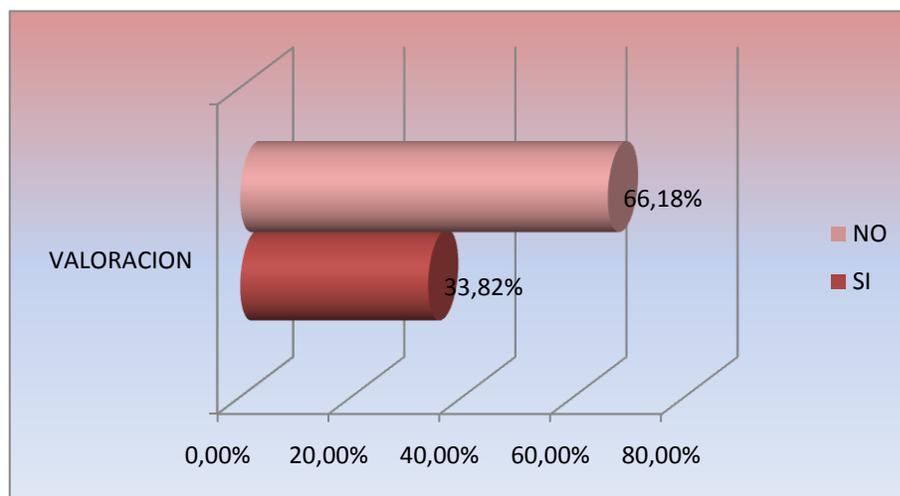
240 familias que respondieron el 88,24% respondieron que no tienen estos recursos como instaurados en su diario vivir debido a sus responsabilidades fuera del hogar lo que les desfavorece en las relaciones interpersonales y en tener una comunicación asertiva con sus familiares, esperan en algún momento poder decir ya hacerlo como algo normal, ya que están conscientes de la necesidad de mantener esos vínculos bien definidos.

**4.1.5 ¿CONSIDERA QUE EL ESTADO DESARROLLA UNA POLÍTICA PARTICIPATIVA A FAVOR DE LA NIÑEZ?**

**CUADRO Nº 5**

¿CONSIDERA QUE EL ESTADO DESARROLLA UNA POLÍTICA PARTICIPATIVA A FAVOR DE LA NIÑEZ?			
ITEM	VALORACIÓN	Nº DE FAMILIAS	
		#	%
<b>5</b>	SI	92	33,82%
	NO	180	66,18%
	<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO Nº 5**



“La participación como fundamento de la democracia social debe expresarse en todos los actos y relaciones del hombre; en la familia, en la escuela, en el trabajo, es decir el hombre como padre, educador, trabajador; solo cuando democratizamos las relaciones sociales, democratizaremos el Estado. Se trata entonces, de entender la participación como un acto de vida del hombre y como un acto de relación entre el hombre, la sociedad y el Estado” (Manual de Participación Ciudadana y Gestión Comunitaria. Alcaldía de Santiago de Cali. Asociación Escuela Ciudadana.) La participación de la familia y la comunidad, asumida como de importancia vital y como un compromiso único e indispensable en la crianza y desarrollo de nuestros niños.

Reiteramos que en este marco se establecen niveles de corresponsabilidad tanto el Estado, la sociedad y la familia, cada uno en su ámbito, pero todos, como actores fundamentales para garantizar los derechos, tal como lo señala el Código de la Niñez y la Adolescencia.

El Estado, la sociedad y la familia deben promover con máxima prioridad el desarrollo integral de la niñez y asegurar el ejercicio pleno de sus derechos: derecho a la vida desde su concepción; a la integridad física y psíquica; a disfrutar de la convivencia familiar y comunitaria; a tener identidad, nombre, ciudadanía, salud integral y nutrición; a la educación y cultura, al deporte y recreación; a la seguridad social, al respeto a su dignidad y a ser consultados en los asuntos que lo afecten.

El Estado adoptará medidas que garanticen sus derechos, cuidado diario, atención preferente a los que tengan discapacidad y prevención, protección

contra el maltrato, tráfico de menores, pornografía, prostitución y algún tipo de explotación.

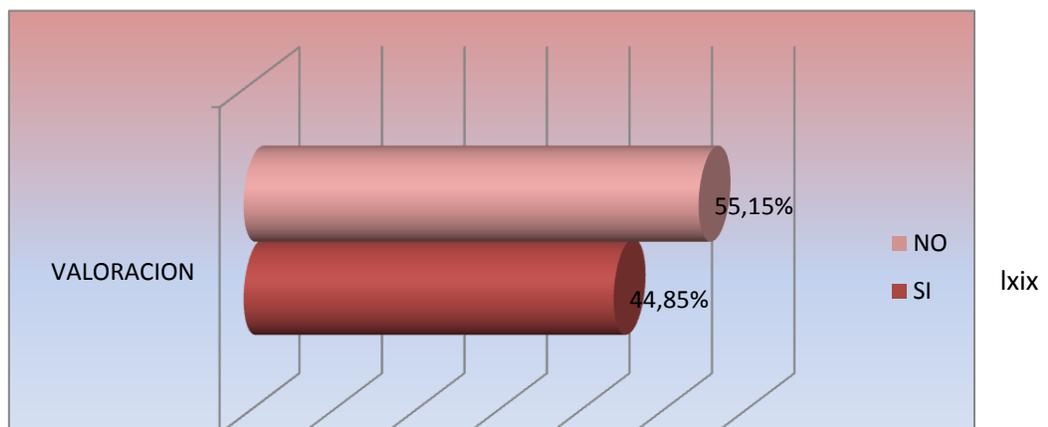
El Código de la Niñez y la adolescencias, contempla el Sistema Nacional Descentralizado de Protección Integral para la Niñez y la Adolescencia (SNDPINA), que obliga al Estado, la sociedad y a las familias a definir y proponer políticas públicas de protección integral y a aplicarlas, contando para ello con el presupuesto asignado.

#### 4.1.6 ¿CREE QUE LOS GOBIERNOS LOCALES HAN INVERTIDO EN LA NIÑEZ DE SU COMUNIDAD/BARRIO?

CUADRO Nº 6

¿CREE QUE LOS GOBIERNOS LOCALES HAN INVERTIDO EN LA NIÑEZ DE SU COMUNIDAD / BARRIO?			
ITEM	VALORACIÓN	Nº DE FAMILIAS	
		#	%
<b>6</b>	SI	122	44,85%
	NO	150	55,15%
	<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO Nº 6



Las 122 familias que representa el 44,85 % respondieron que si, muchos manifiestan lo valioso en inversión a favor de la niñez del país, y que si es obvio los cambios y los servicios activados en estas áreas, prueba de ello es la educación gratuita en las instituciones fiscales, tanto en los centros infantiles, protección especial erradicación al trabajo infantil peligroso y escolarización, la exoneración en el pago de matriculas en las escuelas. Los aportes económicos a las instituciones a favor de la niñez como lo es el instituto de la niñez y la familia Infa.

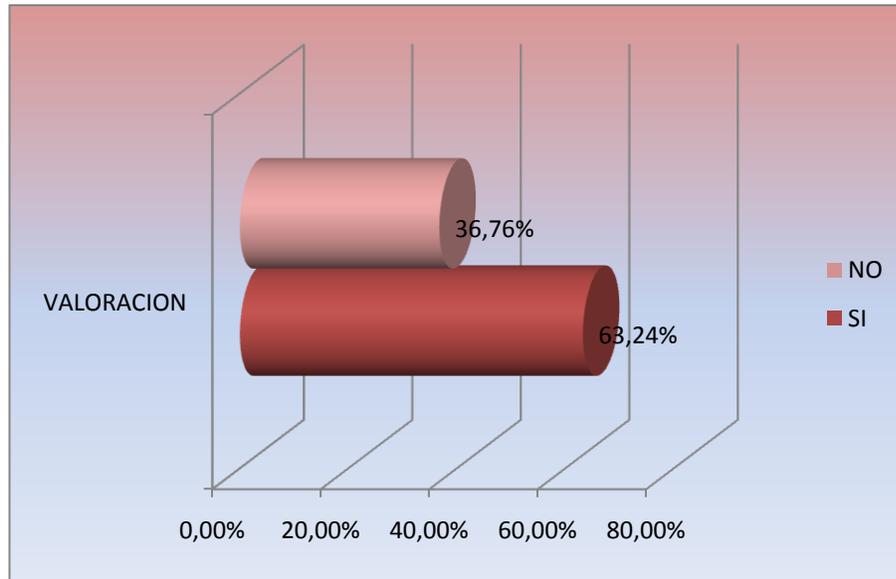
150 familias que representa el 55.15% respondieron que no, muchos desconocen los servicios que se brindan a los infantes de la provincia, otros consideran que la inversión no cubren a quienes realmente necesitan y que es una pena no se llegue a todos los rincones y en especial a los más vulnerables.

**4.1.7 ¿CONSIDERA QUE HAY FALTA DE INFORMACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE DESARROLLO INFANTIL?**

**CUADRO Nº 7**

<b>¿CONSIDERA QUE HAY FALTA DE INFORMACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE DESARROLLO INFANTIL?</b>			
<b>ITEM</b>	<b>VALORACIÓN</b>	<b>Nº DE FAMILIAS</b>	
		<b>#</b>	<b>%</b>
<b>7</b>	SI	172	63,24%
	NO	100	36,76%
	<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**GRÁFICO Nº 7**



Las 172 familias que representa el 63,24 % respondieron si, la falta de información de los servicios que ofrece el MIES-INFA en las comunidades y sectores intervenidos para poder tener un empoderamiento de los programa, la difusión y comunicación es un eje principal del Buen Vivir ya que nos permite involucrarnos en los hogares.

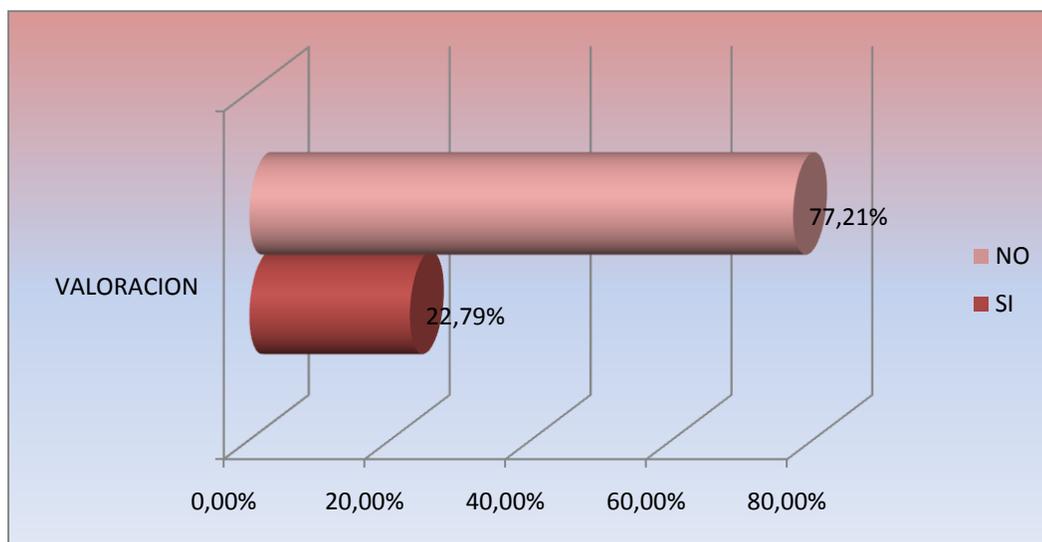
100 familias que representa el 36,76 % respondieron que no, estas familias conocen el verdadero sistema que incluye al niño y niña en sus diferentes áreas de los procesos de aprendizajes.

**4.1.8 ¿LOS PROMOTORES SOCIALES SOCIALIZAN LA PROBLEMÁTICA EXISTENTE EN CADA COMUNIDAD?**

**CUADRO N° 8**

<b>¿LOS PROMOTORES SOCIALES SOCIALIZAN LA PROBLEMÁTICA EXISTENTE EN CADA COMUNIDAD?</b>			
<b>ITEM</b>	<b>VALORACIÓN</b>	<b>N° DE FAMILIAS</b>	
		<b>#</b>	<b>%</b>
<b>8</b>	SI	62	22,79%
	NO	210	77,21%

	<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>
--	------------------------	------------	-------------

**GRÁFICO Nº 8**

62 familias que representa el 22,79% respondieron que si, Un factor muy importante es la vinculación con la comunidad, en el cual se desempeñan como un líder en los procesos de desarrollo bio-psico social y espiritual.

210 familias que representa el 77,21 % respondieron que no, La idiosincrasia del sector no permite la dependencia de pensamiento y la libertad de actuar por el bien de la familia y su comunidad.

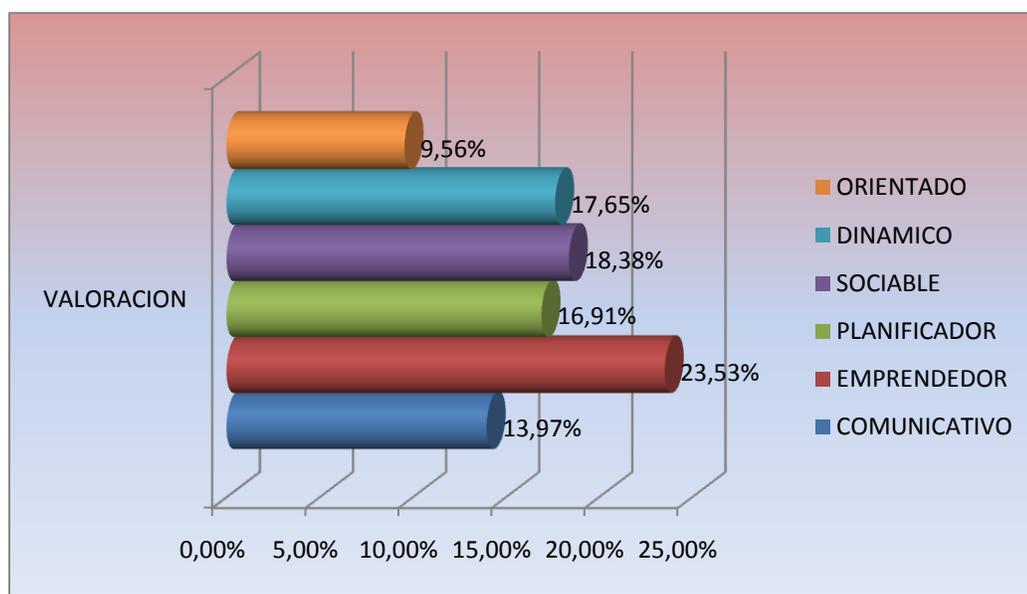
#### **4.1.9 ¿COMO CONSIDERA UD. AL PROMOTOR SOCIAL DE SU COMUNIDAD/BARRIO?**

**CUADRO Nº 9**

<b>¿COMO CONSIDERA UD. AL PROMOTOR SOCIAL DE SU COMUNIDAD / BARRIO?</b>			
ITEM	VALORACIÓN	Nº DE FAMILIAS	
		#	%

<b>9</b>	COMUNICATIVO	38	13,97%
	EMPRENDEDOR	64	23,53%
	PLANIFICADOR	46	16,91%
	SOCIABLE	50	18,38%
	DINÁMICO	48	17,65%
	ORIENTADO	26	9,56%
	<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO Nº 9



Se define como una persona que posee la actitud y las habilidades para cuestionar las órdenes existentes, de modo de cambiar y transformar las formas habituales de la estimulación temprana en otras personas, la concepción del promotor social está intrínsecamente ligada a la búsqueda de la innovación y el cambio a través del cuestionamiento constante de las prácticas cotidianas.

En este sentido, el MIES-INFA o las organizaciones ejecutoras tienen la responsabilidad de seleccionar y capacitar al promotor social. En realidad

cada miembro de la colectividad debe asumir responsabilidad para con los demás.

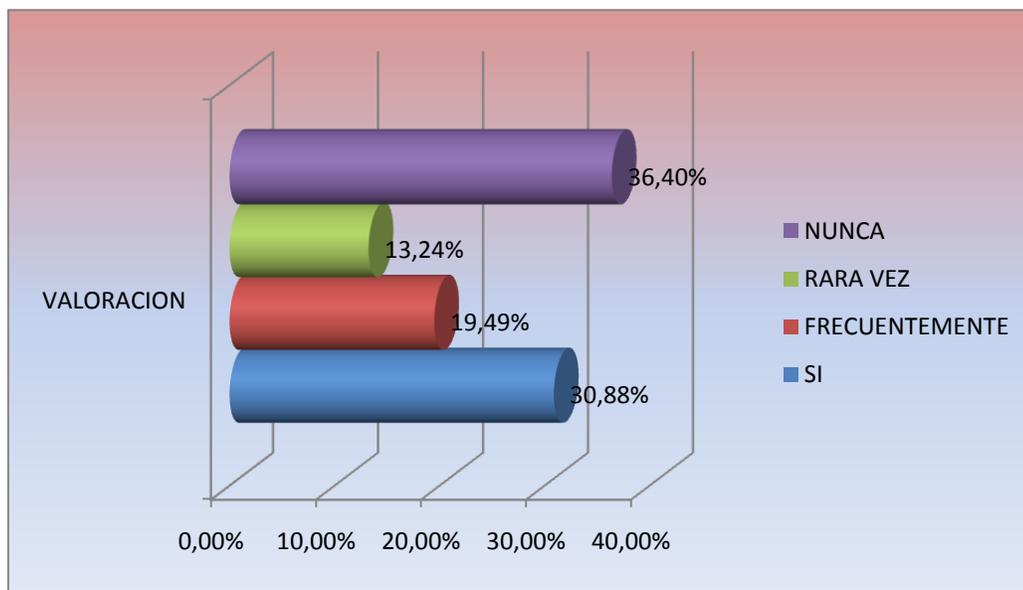
La participación es la intervención directa o indirecta de distintos actores en la definición de las metas de acción de una colectividad y de los demás medios para alcanzarlas. Un ciudadano participa cuando se ve afectado por una decisión o una medida tomada en el municipio, prefectura, barrio, comuna o cuando desea concertar una aspiración, un proyecto.

#### **4.1.10 ¿EL PROMOTOR SOCIAL SE INVOLUCRA EN LOS PROCESOS DE DESARROLLO LOCAL DE SU COMUNIDAD/BARRIO?**

#### **CUADRO Nº 10**

¿EL PROMOTOR SOCIAL SE INVOLUCRA EN LOS PROCESOS DE DESARROLLO LOCAL DE SU COM/BARRIO?			
ITEM	VALORACIÓN	Nº DE FAMILIAS	
		#	%
<b>10</b>	SI	84	30,88%
	FRECUENTEMENTE	53	19,49%
	RARA VEZ	36	13,24%
	NUNCA	99	36,40%
	<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO Nº 10



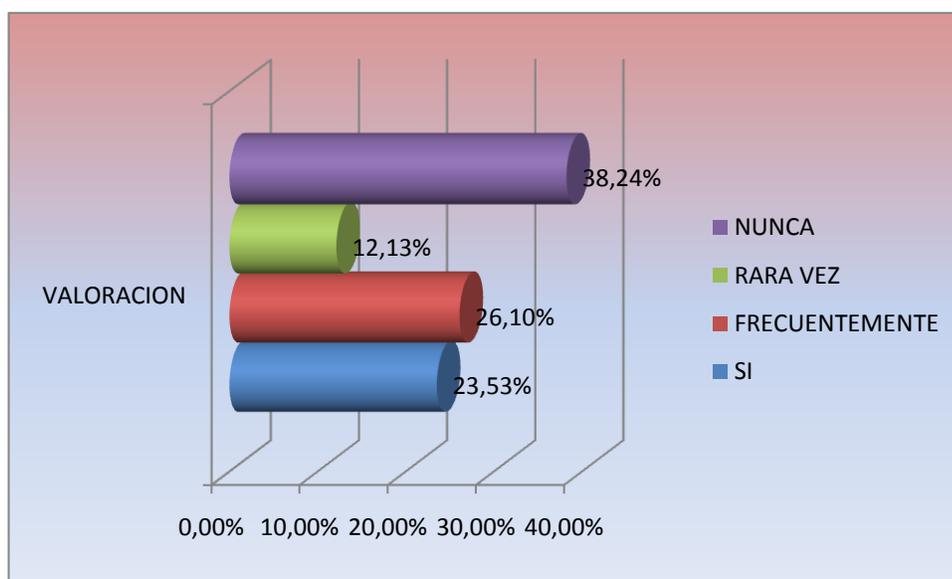
El Promotor social, la familia y la comunidad son corresponsables del desarrollo infantil y garantes naturales de sus derechos en el marco de la protección integral. Hoy por hoy vivimos en una sociedad globalizante y repleta de información, que influye directamente en nosotros y en nuestras familias. Ya no se desenvuelven la vida en hogares cerrados a sus miembros y a una pequeña comunidad vecina. La diversidad de criterios, valores, y otros, forma parte de la comunidad en que viven nuestros niños y niñas.

**4.1.11 ¿LA COMUNICACIÓN ENTRE EL PROMOTOR SOCIAL Y LA  
FAMILIA ES CLARA, PRECISA, CONCISA?**

CUADRO Nº 11

¿LA COMUNICACIÓN ENTRE EL PROMOTOR SOCIAL Y LA FAMILIA ES CLARA, PRECISA, CONCISA?			
ITEM	VALORACIÓN	Nº DE FAMILIAS	
		#	%
<b>11</b>	SI	64	23,53%
	FRECUENTEMENTE	71	26,10%
	RARA VEZ	33	12,13%
	NUNCA	104	38,24%
	<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

GRÁFICO Nº 11



La comunicación es factor muy importante en estas metodologías que el MIES-INFA ofrece en cada una de las localidades donde intervienen, ya que la comunicación debe ser siempre clara, precisa y concisa tanto de la entidad ejecutora como el de las familias a fin de que garanticen el cumplimiento de los derechos de la niñez, desarrollen estrategias de comunicación asertiva para promoverlos, impulsar su ejercicio y exigirlos en el marco de la protección integral.

#### **4.1.12 VALIDEZ DE LA HIPÓTESIS**

En el proceso seguido para determinación de hipótesis se pueden distinguir dos pasos principales:

- a) Hallar el aspecto, relación o factor que pueda ser solución a la cuestión investigada.
  
- b) Expresar dicho aspecto, relación o factor en forma adecuada susceptible de verificación.

A su vez, en el primer paso se pueden distinguir dos casos, según que el problema a investigar haya sido o no determinado de antemano, ya que se puede dar el caso, y de hecho se da en la realidad, de tener la intuición de una hipótesis sin existir una formulación explícita previa del problema.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES.**

- Los resultados del trabajo investigativo e interpretación de los mismos, se puede demostrar la falta de comunicación asertiva entre el promotor social y las familias de los proyectos de desarrollo infantil en las comunidades de la provincia de Santa Elena.
- Todos los resultados obtenidos en nuestra investigación hace entrever que llevando a cabo una capacitación con las promotoras de los proyectos se estará dando solución al problema presentado en nuestro trabajo para poder plantear nuevos objetivos para una comunicación asertiva.
- El trabajo demuestra que la promotoras de los centros de apoyo de los proyectos del Instituto Nacional de la Niñez y la Familia no se capacitan por lo que las falencias están a la vista.
- La realidad de este trabajo que observamos en el proceso de la investigación que los promotores no son comunicativos.

## **RECOMENDACIONES.**

Las recomendaciones de este trabajo investigado son:

- Gestionar los procesos de una excelente comunicación participativa entre todos los involucrados en estos proyectos para que tenga responsabilidades definidas y roles que les permitan establecer un esquema de trabajo eficiente.
- Determinar un ambiente comunicativo que dinamice y anime las acciones individuales y colectivas en los centros de atención de los proyectos del INNFA.
- Afianzar un compromiso y responsabilidad de todos los integrantes del proyecto.
- Se tengan en cuenta los objetivos propuestos.
- Que la capacitación sea dada por especialista tal como se recomienda en la propuesta.

## **CAPITULO IV**

### **4. LA PROPUESTA**

#### **4.1. PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN COMUNICACIÓN ASERTIVA**

El propósito de nuestra investigación fue diseñar un Programa de Capacitación en Comunicación Eficaz dirigidos a los promotores/a de los centros de cuidado diario existentes en la provincia de Santa Elena, para afianzar el comportamiento productivo de los participantes. El diseño de la investigación está enmarcado en la modalidad de Proyecto Factible.

El mismo se desarrollará través de cuatro etapas que son: Etapa I. investigación de campo de carácter descriptivo. Etapa II. diseño del programa en Comunicación eficaz, Etapa III. presentación de la idea sustentación teórica de la misma, Etapa IV. oferta de los promotores ante el programa, con la finalidad de impulsar el potencial comunicacional de los facilitadores.

**Descriptor:** I.M.P.M., Capacitación, Comunicación Eficaz, Comportamiento Productivo.

#### **4.2 JUSTIFICACIÓN:**

La educación ha sido reconocida universalmente como un derecho primordial del individuo, además de formar un requerimiento fundamental para el adelanto económico, social y cultural de las naciones, lo que ha concebido nuevos retos al sistema educativo.

Sobre la base de esta idea, es primordial buscar el mejoramiento de la calidad de la educación, a fin de refrendar la preparación de los promotores de los centros de cuidado diario del sector peninsular.

Es por ello, que para hacer frente a tal requerimiento es indispensable que el factor humano, quien orienta los principios del sistema educativo, se sumen a la práctica educativa con estrategias como técnicas, métodos y recursos novedosos que propicien la formación de un individuo crítico y reflexivo del contexto social en el cual se desenvuelve.

En el marco de estos argumentos, se vislumbra la trascendencia del propósito de esta investigación, en cuanto al Diseño de un Programa de Capacitación en Comunicación Eficaz, dirigido a los promotores de los centros de cuidado diario; con el fin de brindarle la posibilidad a los facilitadores en estudio, de conocer y administrar durante su acción, una técnica efectiva de comunicación que le permitirá motivar y afianzar el comportamiento productivo de los participantes.

En consecuencia este estudio de proyecto factible comprende el estudio diagnóstico, el cual evidenció la necesidad de plantear el Programa. El diseño del Programa en cuanto a Presentación, Fundamentación y Estructura. Se determinó el método, las actividades y recursos para su ejecución. Finalmente se describe la viabilidad de llevar a cabo el Proyecto, en cuanto a las conclusiones del estudio técnico y financiero.

### **4.3 DIAGNOSTICO.**

En una institución el proceso administrativo debería estar aplicado al acrecentamiento y conservación del esfuerzo, las experiencias, los conocimientos y las habilidades de sus miembros, en beneficios del individuo, de la institución y del país en general.

Por lo tanto, toda institución que pretenda dar respuesta a esta exigencia debe apropiarse de técnicas que lleven a promover el desempeño eficiente de su personal, mejorando sus habilidades, haciendo uso de sus capacidades y elevando sus potencialidades, y uno de los medios para lograrlo es la comunicación.

A tal efecto Luna citado por Bracho de González (1993) considera la comunicación como parte vital de toda organización, donde existe la interacción, dada por el trato, el contacto que se establece entre las personas, en diferentes contextos e intervalos de tiempo.

Basado en este criterio, la comunicación, constituye parte esencial en el desarrollo de la capacidad, motivación, y productividad entre los miembros de una institución para mejorar los niveles de efectividad y eficiencia de las mismas.

Tal como lo señala Ribeiro citado por Quintero (2000) la comunicación es un arte y una ciencia que vienen dada con una virtud, para la cual es necesario tener en cuenta el entendimiento y el conocimiento de todos los que participan en ella, por lo que se necesita contar con las técnicas que pueden hacer de cualquier persona un buen comunicador.

De acuerdo con lo planteado, el factor comunicación es fundamental en toda organización y más aún de la organización educativa, cuya naturaleza es esencialmente comunicativa, lo que deriva la necesidad de contar con un personal<sup>5</sup> que respondan a las exigencias y expectativas del proceso comunicacional.

De allí, que se requiere de promotores capacitados en establecer contactos e interacción con sus semejantes, que desarrollen habilidad para mantener y mejorar el esfuerzo en una situación interpersonal en los centros de cuidado diario, a través de la expresión de sentimientos y deseos.

En síntesis, los promotores si en verdad quieren transmitir, deben comunicarse eficazmente, a modo de que propicien un ambiente favorable para estimular en el educando la voluntad de hacer, alcanzar el éxito y evitar el fracaso.

Al respecto Pascuali, citado por la UNA (2000), señala que el cambio tecnológico constante hace indispensable la capacitación, si ella existe, se facilita el cumplimiento efectivo de la labor dentro del trabajo. No importa el nivel jerárquico que se tenga dentro de la institución ya que en cada nivel se necesita de una capacitación, eso va a elevar el nivel de eficiencia de todos los facilitadores, al igual que el aumento de productividad o calidad de la instrucción que se ofrezca.

Por lo tanto la elaboración de programas de capacitación con estrategias innovadoras permiten al promotor social la adquisición de canales múltiples de comunicación en cuanto a su naturaleza, elementos y técnicas que desarrollen en ellos la habilidad de escuchar ideas, captar sentimientos,

---

<sup>5</sup> Comunicación es un arte y una ciencia

complementándose con lo que piense y sienta el sujeto activo del proceso para que se establezcan relaciones interpersonales mantenidas y cambiantes, del ser humano con el que interactúa, que posee creencias, realidades y valores.

El promotor social que desarrolla estas conductas es percibido como líder motivador, inspirador e influyente en el desarrollo y crecimiento de los individuos.

Al respecto, Abolio citado por Rivas (1990), señala entre las conductas que maneja un facilitador comunicativo<sup>6</sup> están: promover la actuación de otros, modelar, estimular afecto, celebrar los logros y reconocer contribuciones individuales.

Se trata entonces, de lograr que los promotores estén preparados y aprendan a comunicarse como medio efectivo para alcanzar altos niveles de motivación y productividad y en consecuencia elevar el nivel de vida del participante.

Sobre este problema se han interesado varios investigadores entre los cuales se destacan: Mendoza (1998) quien concluye que las organizaciones de hoy necesitan un cambio de paradigma en los procesos gerenciales para hacerlos funcionales y eficientes.

En consecuencia, se puede resaltar que la comunicación es de vital importancia en las instituciones, donde la relación entre facilitador y el participante debe ser precisa y motivadora, para lograr los objetivos planteados por ambos integrantes.

---

<sup>6</sup> El intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales"

Por este motivo es de gran interés para el estudio capacitar al promotor para lograr que se sensibilice e internalice las estrategias comunicacionales dirigidas a estimular la productividad del individuo, para que pueda hacer frente al contexto social en el que se desenvuelve, y poder discernir sobre el porqué de los hechos y estar en posibilidad de favorecer los cambios que el país requiere.

## **5.4 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **5.4.1 FUNDAMENTACIÓN ANDRAGÓGICA**

El esquema del programa se basa en los principios andragógicos, de participación, autorresponsabilidad y auto dependencia. El mismo parte de concebir al adulto en situación de aprendizaje, como un individuo con capacidades de autogestión, participación y resolución de problemas derivados de sus necesidades, intereses y la acción de fuerzas externas. Para Adam (1987) la disposición para aprender del adulto, se orienta hacia las tareas que favorezcan el desarrollo de sus roles sociales.

Por lo tanto, ser el participante objeto – sujeto del conocimiento, actor – gestor de su propio aprendizaje, se le deben proporcionar herramientas que generen ideas, procesos creativos, propuestas innovadoras, que le permitan dominar la teoría y la práctica

En este sentido, se le debe brindar momentos presénciales como eventos de asistencia y apoyos en los que a través de la técnica del taller, se propicie la interacción y retroalimentación del proceso de estudio andragógico.

En consecuencia este principio permitirá integrar y desarrollar al máximo el potencial individual del adulto y canalizarlo en dirección y cambio constructivo.

#### **5.4.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

El esquema del programa se basa en principio filosófico, por cuanto toma en cuenta el fin y la meta de la educación, como concepción dinámica del conocimiento, donde la relación dialéctica entre sujeto y objeto, implica aprender – conocer – saber; elementos que el facilitador posteriormente transmitirá en el desarrollo de su proceder pedagógico.

Por lo tanto, el programa indicado procura enaltecer y desarrollar el nivel intelectual del participante como vehículo de consolidar sus capacidad de autodesarrollo, aspecto del área afectiva del participante, necesaria para la humanización del mismo, es devolverle al facilitador las herramientas que le accedan al desarrollo de una comunicación eficaz de liderazgos y autonomía, para así afrontar los cambios significativos que la sociedad y la democracia requieren, en términos de credibilidad, participación, honestidad y transparencia, aspectos estos necesarios para una figura de estimulación relevante.

#### **5.4.3 FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA**

El esquema del programa, se sitúa en la circunspección de admitir al participante como un ente activo, constructor de conocimiento, consustanciada con su realidad, a la cual se vincula mediante la praxis y los referentes temporales – espaciales, que establecen una variada gama de interacciones, creadoras de experiencias vitales.

Por otra parte se define el aprendizaje como construcción interior, donde se conjugan reflexión – acción y se caracteriza por ser natural, personal y social. Se basa en la actividad creativa, en conexión con una realidad susceptible a la construcción y reconstrucción permanente.

De esto, se genera que el programa planteado procure desplegar en el participante adulto, actitudes que le accedan a satisfacer sus insuficiencias de autorrealización, preparándose para comprender e interpretar los procesos de enseñanza – aprendizaje, considerando el contexto social donde se desenvuelve.

#### **5.4.4 FUNDAMENTACIÓN PSICOLÓGICA**

Con capacitación de los promotores sociales de los centro de cuidado diario estaremos creando un ambiente de comportamiento entre los promotores con innovaciones en su forma de pensar y con ello a una cohesión grupal con una excelente comunicación.

#### **5.4.5 FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

Legalmente nuestra propuesta se sustenta en la Carta Magna o Constitucional en educación, comunicación y el buen vivir tal como detallamos.

### **RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR**

**Art. 16.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

### **Sección séptima**

#### **Comunicación social**

**Art. 384.-** El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

## **5.5 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

### **5.5.1 OBJETIVO GENERAL.**

Diseñar un Programa de Capacitación en Comunicación Eficaz dirigidos a los promotores de los centros de cuidado diario de la provincia de Santa Elena, que permita fortalecer la productividad de los participantes.

### **5.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Diagnosticar la necesidad de capacitación en competencias comunicacionales.
- Determinar los procedimientos teóricos y metodológicos que garanticen la viabilidad de la propuesta, que atienda la necesidad en comunicación eficaz.
- Desarrollar actividades que generen un impacto social para contribuir a la solución de los problemas y/o demandas locales que mejoren las condiciones de vida.

### **5.5 FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA.**

Las nuevas formas de la comunicación social han venido sin duda a reformar los parámetros de la convivencia, del control social, de las concepciones del mundo y de la educación, lo que hace que su dimensión ética merezca un tratamiento adecuado.

Si esto es así, la fundamentación de la comunicación para los tiempos actuales, requiere de la capacitación de su recurso humano, en el marco comunicacional; ya que es imperante que este pilar fundamental, quien tiene la responsabilidad de formar, facilitar y enriquecer el conocimiento de los alumnos, esté debidamente preparado en el intercambio, comprensión y efectividad de la comunicación.

Basados en este planteamiento, la propuesta constituye un aporte valioso, ya que la comunicación es indispensable en la interrelación constante que se da entre el facilitador y el participante, y por lo tanto la misma debe estar enmarcada en una expresión libre, eficaz, directa, franca, responsable, empática, con alto grado de confianza, estimuladora, que refuercen positivamente al participante y deje de lado la emisión de juicios de castigo. Ya que sólo en esa medida en que la comunicación sea positiva y se aprenda de las respuesta que el interlocutor ofrece; en esa medida se establecerá una comunicación eficaz.

La misión y la visión de la capacitación coadyuvan a fijar los objetivos, pues en ellos se da respuesta al problema planteado, es decir que una excelente comunicación nos conlleva a qué seamos más unidos entre promotores sociales y será el éxito de los centros de cuidado diario.

La factibilidad de la propuesta será de acuerdo a los recursos de los que disponemos tal como hemos explicado en el proceso del proyecto es decir llevar a cabo los objetivos señalados, nuestro proyecto se apoya en tres aspectos básicos.

- Operativo.
- Técnico.
- Económico

Cada uno de estos aspectos son los que se abordan con el programa de comunicación eficaz, y es lo que hace relevante la investigación, puesto que brindará al facilitador herramientas comunicativas pertinentes y eficaces que le den el poder de aceptar al otro, influir, transformar, sensibilizar y que le

permitan a este último recrear y construir un sistema cognitivo – emocional adaptado a nuevas realidades.

Tal como lo señala Senge (1990) "Las organizaciones que cobrarán relevancia en el futuro serán las que descubran como aprovechar el entusiasmo y la capacidad de aprendizaje de la gente".

El éxito de nuestro proyecto investigado estará determinado por el grado de factibilidad que presente en cada uno de los tres aspectos anteriores. El objetivo de estudio de factibilidad es auxiliar, ya que lo principal es lograr sus objetivos y cubrir las metas con los recursos que tenemos. Nuestro proyecto tiene las siguientes áreas:

#### **Área Técnica.**

- Mejora del sistema actual.

#### **Área Económica.**

- Costo de estudio.
- Costo del tiempo del personal.
- Costo del tiempo.
- Costo del desarrollo.

#### **Área Operativa.**

- Capacitación garantizada.

La investigación nos permitirá descubrir cuáles son los objetivos de la capacitación, luego determinar si el proyecto es útil para que se logre sus objetivos. La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la institución puede proporcionar.

Presentado el estudio las actividades y resultados serán obtenidos con la máxima eficacia en beneficio de los centros de cuidado diario de la provincia de Santa Elena.

#### **5.6.1 FACTIBILIDAD FINANCIERA.**

La capacitación se llevará a efecto con los recursos financieros siguientes:

- Fondos de los centros.
- Fondo personal.

#### **5.6.2 FACTIBILIDAD LEGAL.**

La propuesta se fundamenta en la constitución en sus artículos que hacen referencias al buen vivir.

#### **5.6.3 FACTIBILIDAD TÉCNICA.**

Contaremos la ayuda técnica de:

- Expertos en desarrollo organizacional.
- Personal técnico para el buen manejo de los centro de cuidado diario.

#### **5.6.4 FACTIBILIDAD DE RECURSO HUMANO.**

Que las promotoras de los centros de cuidado diario estarán siendo capacitadas con una orientación a la excelente comunicación eficaz.

#### **5.6.5 FACTIBILIDAD POLÍTICA.**

Las políticas estarán inmerso en el desarrollo de la propuesta que son la responsabilidad, puntualidad y respeto en cada uno de los temas ha desarrollarse dirigidos a la comunicación eficaz de las promotoras de los centros de cuidado diario en la provincia de Santa Elena.

### **5.6 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.**

#### **5.6.1 DISEÑO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN**

La determinación de necesidades de capacitación debe suministrar las siguientes informaciones, para que el programa de capacitación pueda diseñarse:

- ¿QUÉ debe enseñarse?
- ¿QUIÉN debe aprender?
- ¿DÓNDE debe enseñarse?

Tomando el criterio de expertos el diseño de capacitación se enfoca en cuatro cuestiones relacionadas:

- Objetivos de capacitación
- Deseo y motivación de la persona
- Características de los instructivos

### **5.7.2 OBJETIVOS DE CAPACITACIÓN:**

La buena evaluación de las necesidades de capacitación conduce a la determinación de objetivos de capacitación y estos se refieren a los resultados deseados de un programa. La clara declaración de los objetivos de capacitación constituye una base sólida para seleccionar los métodos y materiales y para elegir los medios para determinar si la capacitación tendrá éxito.

### **5.7.3 DISPOSICIÓN Y MOTIVACIÓN DE LA PERSONA:**

Existen dos condiciones para que el aprendizaje de la capacitación influya en el éxito de las promotoras de los centros de cuidado diario que lo recibirán.

El éxito o fracaso de un programa de capacitación, suele relacionarse con dichos principios. Algunos de estos principios son:

Participación, repetición, retroalimentación, etc.

Es muy importante la elección de las técnicas que van a utilizarse en el programa de capacitación con el fin de optimizar el aprendizaje.

### **5.7.4 CARACTERÍSTICAS DE LOS INSTRUCTORES**

Para obtener el éxito de una excelente capacitación dependerá en gran parte de las habilidades de enseñanza y características personales de los instructores. Personas, experto o especializado en determinada actividad o trabajo y que transmite sus conocimientos de manera organizada.

Estos maestros deben ser líderes, es decir, personas que sepan guiar a un grupo, que sepan crear en las promotoras sociales un vivo deseo de superación personal, líderes que sepan señalar el camino que ha de seguirse.

Las características esenciales y deseables que debe tener todo instructor son: conocimiento del tema, adaptabilidad, facilidad para las relaciones humanas, sinceridad, sentido del humor, interés, motivación por la función, entusiasmo, capacidades didácticas, instrucciones claras, asistencia individual, entre otras.

#### **5.7.5 IMPLEMENTAR EL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN**

La variedad de métodos para capacitar al personal de los centros de cuidados diario nos conlleva a buscar el mejor. Uno de los métodos de uso más generalizado es la capacitación, porque proporciona la ventaja de la experiencia directa, así como una oportunidad de desarrollar una relación entre el expositor y los oyentes. A continuación se nombrarán algunas de las dimensiones de la capacitación a ejecutarse:

**La capacitación de inducción**, comienza y continúa durante todo el tiempo que un empleado presta sus servicios en una organización. Al participar en un programa formal de inducción, los capacitados adquieren conocimientos, habilidades y actitudes que elevan sus probabilidades de éxito de la institución.

**La capacitación en habilidades**, la capacitación de equipos y la capacitación de diversidad tienen una importancia fundamental en las organizaciones actuales.

### **5.7.6 EVALUACIÓN DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN**

La etapa final del proceso de capacitación es la evaluación de los resultados obtenidos, en la cual se intenta responder preguntas tales como:

¿Qué estamos obteniendo de los programas de capacitación?

¿Estamos usando productivamente nuestro tiempo y nuestro dinero?

¿Hay alguna manera de demostrar que la formación que impartimos es la adecuada?

La capacitación debe evaluarse para determinar su efectividad.

Los costos de la capacitación serán por parte de la institución y organizaciones no gubernamentales.

La evaluación debe considerar dos aspectos principales:

1. Comprobar hasta qué punto el programa de capacitación produjo en realidad las modificaciones deseadas en las promotoras sociales de los centros de cuidado diario.
2. Demostrar si los resultados de la capacitación presentan relación con la consecución de las metas de las instituciones.

### **5.7.8 REACCIÓN.**

Los enfoques más comunes y sencillos para evaluar la capacitación es basarse en la reacción de los participantes una vez finalizada la actividad. Se puede definir la reacción como el grado en que los participantes disfrutaron de la capacitación. El propósito de esta etapa es recaudar las opiniones de

los participantes sobre distintos temas tratados en la capacitación y su contexto.

Esto se puede realizar mediante la utilización de diversas herramientas como ser: cuestionarios, entrevistas, discusiones (abiertas o cerradas, individuales o grupales), etc.

### **5.7.9 CAPACITACIÓN.**

Las personas constituyen el recurso eminentemente dinámico de las organizaciones, por tanto presentan aptitud para el desarrollo, que es la capacidad de aprender nuevas habilidades, obtener nuevos conocimientos y modificar actitudes o comportamientos.

En este sentido Chiavenato, citado por Rodríguez de Ruíz (1997), considera que en las organizaciones se debe plantear, organizar, coordinar, controlar y desarrollar técnicas que conlleven a promover el desempeño eficiente del personal bajo una actitud positiva y favorable.

La satisfacción personal la logra mediante una planeación adecuada , por lo tanto, la capacitación que recibe el promotor, tendrá mayor énfasis en el desarrollo de sus habilidades, destrezas, actitudes y valores que le permitan desenvolverse de manera efectiva, en el logro de las metas del sistema educativo y generando satisfacción al ver que sus necesidades están cubiertas. A tal efecto Stonner y Freeman (1992), señalan: "Los programas de capacitación se proponen mantener y mejorar el desempeño actual en el trabajo".

Desde esta perspectiva, la capacitación constituye un recurso estratégico que se debe implementar con urgencia y debe contar con un conjunto de

acciones como; jornadas, talleres de sensibilización y cursos de actualización, que conduzcan a mejorar la labor de los promotores de los centros de cuidado diario, para que puedan brindar y compartir conocimientos con la finalidad de despertar en el alumno sus potencialidades y obtener lo mejor de él.

#### **5.7.10 COMUNICACIÓN.**

La comunicación es la relación entre dos o más personas, la participación mutua, el encuentro, donación, referencia al ser – si – mismo, el transmitir mensajes, sentimientos y pensamientos, la similitud con el aprendizaje y uno de los rasgos que hace posible el proceso educativo; cada una de estas premisas deben, sustentar la labor de todo facilitador universitario.

Cabe destacar que la comunicación realiza cuatro funciones básicas en el interior de un grupo u organización, ellas son: (a) Comunicación como control: con ella se establecen mandatos que deben ser aceptadas por los miembros. (b) Comunicación como motivación: se busca con ella, mejorar el desempeño de un personal, mediante la realimentación, hacer que él avance en sus tareas y reforzar su conducta.

La comunicación que tiene lugar con este mecanismo permite elevar sentimientos de satisfacción y disminuir los de frustración. (c) Comunicación como expresión emocional: con ella se permite la expresión de sentimientos y la satisfacción de necesidades sociales. (d) Comunicación como información; con ella se transmite los datos o mensajes.

Cada una de estas funciones tiene relevancia en la interacción comunicativa, con el fin de estimular el desempeño y el buen rendimiento del grupo, cuyo

fin último es persuadir, influir y motivar para cambiar conductas, a través de la expresión de ideas, sugerencias y puntos de vistas.

Esto no es más que comunicarse eficazmente, es hacer que los demás crean en lo que se comunica y que el mensaje fluya sin dificultad, una vez que las palabras, el tono de voz y los gestos estén afinados en una sola vibración Ribeiro (1994).

La comunicación independientemente de su función debe concebirse como un proceso o flujo, el cual, puede estar representado por un modelo de comunicación, que incluye sus componentes o elementos. Al respecto Chiavenato (1998), plantea los siguientes elementos de la comunicación:

(a). Emisor o fuente: persona, cosa o proceso que emite un mensaje para alguien, es decir, hacia un destinatario. En él se distinguen factores que influyen al grupo en la fidelidad de su mensaje, ellos son:

1. Habilidad comunicativa: se refiere a la capacidad analítica de la fuente para conocer sus propósitos y a su capacidad para codificar los mensajes que expresen su intención. Se destaca particularmente el dominio del lenguaje, la habilidad verbal de la fuente para hablar y escribir.
2. Actitud: la fidelidad de la comunicación se ve afectada por tres tipos de actitudes que presenta la fuente; la actitud hacia sí mismo o auto percepción; la actitud hacia el tema que se trata o mensaje y la actitud hacia el receptor.

3. Conocimiento: se refiere al nivel de conocimiento que posee la fuente tanto al tema de su mensaje como al proceso de comunicación en sí mismo. Este conocimiento afectaría la conducta de comunicación, de manera tal, que a mayor nivel de conocimiento, mayor será la fidelidad.

Sistema sociocultural: se refiere a la ubicación de la fuente en su contexto social y en la cultura determinada. Esta posición condicionara los roles que desempeña su expectativa. Todo ello incide en la forma en que la fuente se comunica.

(b) Mensaje: es la forma física en la cual el emisor codifica la información. los factores del mensaje que influyen en la fidelidad de la comunicación son:

1. Código: es el conjunto de símbolos que pueden ser estructurados de manera que posean significados.
2. Contenido: son todas las afirmaciones hechas, las conclusiones derivadas, los comentarios. La forma que elige la fuente para disponer las afirmaciones de un mensaje constituye la estructura del contenido.
3. Tratamiento: corresponde a las decisiones que toma la fuente al seleccionar y estructurar el código y el contenido de una manera determinada.

(c) Canal: es definido como los sentidos a través de los cuales un decodificador receptor puede percibir el mensaje transmitido por la fuente en codificadora.

(d) Receptor: es el equipo situado entre el canal y el destino. Se debe reconocer al receptor como el eslabón más importante del proceso de

comunicación, para lograr su efectividad, ya que él se encarga de descodificar el mensaje para hacerlo comprensible al destino o emisor.

En resumen, la comunicación es un proceso que incluye personas; quienes transmiten un mensaje mediante sistemas de señales, que usando un canal; llegan a otra persona denominada receptor, este último indica por medio de respuestas sobre la manera como ha recibido la información.

Para ello los mensajes deben cumplir con las siguientes características: completos, explícitos, precisos, directos, coincidente en lo verbal y no verbal y susceptibles de requerir aclaración.

De allí, que la comunicación comprende la transferencia de significado, por lo que debe existir un emisor y un receptor. La misma debe tener un propósito o mensaje establecido, compuesto por una codificación que se transmite por un canal lo que genera una decodificación y por ende una respuesta. Tal como lo señala Robbins (2004) en el siguiente esquema.



Por lo tanto, comunicar eficazmente no es tarea fácil, pues hacerlo no es solo hablar, se requiere de un entrenamiento y ejercicio especial, que dibujen ideas mentales que permitan expresar con claridad la comunicación y entender que el participante no es un oyente pasivo, sino un interlocutor activo que toma parte en el dialogo, aspecto que se puede alcanzar previa

capacitación al respecto, y es lo que se pretende alcanzar con la presente investigación.

#### **5.7.11 COMUNICACIÓN EFICAZ**

Es la interrelación creada entre el facilitador y los participantes, para lograr el acto perfectivo entre ellos, aquí la participación y la donación son cualificadas específicamente aplicadas.

Esta comunicación debe ser entendida por el facilitador como un proceso receptivo donde importa más el aprendizaje que la enseñanza y la más profunda es la formativa en la cual hay identificación e imitación entre facilitador y el participante.

Para Ribeiro (1994) la comunicación eficaz, está asociada a un tipo de inteligencia: la interpersonal, entendida como la capacidad de hacer un gran número de distinciones en un contexto.

Saber distinguir los diferentes aspectos que conlleva el intercambio de informaciones entre las personas y aplicar en la práctica este conocimiento, significa tener más poder para convencer a otras personas e influir en ellas.

Por lo tanto, la comunicación eficaz ayuda a construir niveles cada vez más profundo de confianza y comprensión y ayuda a trascender las limitaciones del trabajo, a tal efecto, González citado por Rodríguez de Ruiz (1997), plantea que una educación centrada en la persona, exige la ruptura de los vínculos autoritarios y unidireccionales, debe implicar al sujeto en su proceso de aprendizaje, lo cual sólo puede lograrse a través de la comunicación.

#### **5.7.12 .RESULTADOS.**

La formulación de la propuesta específicamente la de un Programa de Capacitación en Comunicación Eficaz, que solucione en gran medida la necesidad de los facilitadores en emplear una comunicación que motive la productividad del participante; partió del análisis realizado en el estudio diagnóstico, el cual evaluó las suficiencias de los facilitadores de este nivel educativo.

En este sentido, el Programa se diseñó, tomando en cuenta el perfil académico del facilitador, que se espera lograr, su disposición en tiempo y financiamiento para participar en programas de capacitación y actualización, la temática que desea desarrollar y bajo que estrategias desean participar; con el fin último de desarrollar la personalidad de los facilitadores y la formación de éstos.

Del mismo modo, se tomó, en cuenta una Fundamentación Teórica que versó en el desarrollo de teorías y técnicas en comunicación eficaz y principios de productividad, aspectos que se desarrollaran a través de estrategias andragógicas, que es la que atiende el estudio del adulto; con la cual se pretende crear una atmósfera sana, que estimule el respeto y la construcción del conocimiento que contribuya a la superación de las metas.

A tal efecto, se espera que el programa que se presenta, facilite a los promotores sociales la adquisición y puesta en práctica de herramientas necesarias para ampliar sus estándares de rendimiento, con el propósito de mejorar la calidad de la educación y aumentar la productividad de los participantes que están bajo su asesoría.

La medición de los resultados de capacitación es difícil, pero posible. Con relación a este criterio muchas empresas piensan en términos de la utilidad de los programas de capacitación.

Algunos de los criterios basados en resultados que se utilizan para evaluar la capacitación incluyen: aumento de productividad. De acuerdo con este criterio, se mide el impacto de la capacitación en los resultados u objetivos organizacionales.

Debe tenerse en cuenta que un esfuerzo de capacitación ha generado algún resultado, cuando un problema o situación problemática anteriormente identificada muestran una mejoría que puede ser atribuida a una forma nueva o diferente de ejecutar las tareas, y este cambio se sustenta en lo aprendido.

A la hora de analizar los resultados es importante dar tiempo a que el cambio haya tenido lugar.

### **5.7.13 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA FORMULACIÓN Y LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO.**

Las actividades a realizar para la formulación del proyecto están dadas, específicamente por todos los pasos que se siguieron desde el momento de la concepción de la idea o problema hasta la entrega y revisión del proyecto.

De la misma manera como se aprecia en el cronograma, la ejecución del Proyecto se realizará en cinco (3) meses aproximadamente previendo la aprobación y revisión.

#### **5.7.13.1 ANÁLISIS DE COSTOS**

El cálculo del presupuesto necesario para operacionalizar el presente programa se fracciona en cuatro partes:

1. material didáctico,
2. equipos,
3. gastos logísticos y
4. recursos humanos,

Dando como resultado la cantidad de 1500 dólares. A continuación se especifica en los cuadros siguientes.

1. Costos Diseño y desarrollo	<b>\$ 400</b>
2. Promoción	<b>\$ 50</b>
3. Administración	<b>\$ 50</b>
4. instructor	<b>\$ 500</b>
5. Materiales	<b>\$ 100</b>
6. Instalaciones	<b>\$ 0</b>
7. Participantes	<b>\$ 300</b>
8. Evaluación	<b>\$ 200</b>
9. Costo Total	<b>\$ 1500</b>

Periodo de tiempo sobre el cual se calculan los beneficios **12 meses.**

Duración de la capacitación **30 hrs.**

Número estimado de participantes **30**

### **5.7.13.2 CONCLUSIONES**

En atención al valor que tiene la información obtenida de la opinión del personal que laboran en los centros de cuidado diario en la provincia de Santa Elena, y en función al análisis estadístico y descriptivo de los

resultados del diagnóstico con base a los objetivos del estudio; aunando a las conclusiones de las restantes etapas que conforman la investigación, se establecieron las siguientes conclusiones.

El trabajo de estudio teórico e investigación que realicé me permite describir observaciones obtenidas mediante el análisis de las teorías y técnicas correspondientes.

Nuestra propuesta surge de la necesidad de que no existe una buena comunicación entre las promotoras de los centros de cuidado diario y los padres de familia.

Los planteamientos del análisis permitieron deducir y justificar el diseño del programa, en comunicación asertiva dirigido a las promotoras sociales de los centros de cuidado diario, por cuanto el mismo permitirá satisfacer las necesidades detectadas en el diagnóstico, en función de optimizar la calidad de comunicación y enfrentar con iniciativa propia las diferencias evidenciadas en cuanto a competencias comunicativas.

Asimismo, los resultados revelaron que los facilitadores encuestados son copiosamente receptivos y poseen altas expectativas para realizar el taller sobre el programa de la comunicación eficaz, para afianzar el comportamiento productivo de los participantes.

En atención a los resultados, se propone como alternativa el diseño de un programa en Comunicación Asertiva, cuyo planteamiento presenta una propuesta que crea las condiciones necesarias, para el mejoramiento de la calidad de la educación superior; mediante recursos humanos altamente calificados, que demanden conductas y actitudes que propicien la

participación efectiva y garantice los cambios requeridos en la praxis educativa que reciba los participantes.

La capacitación como proceso sistemático debe convertirse en factor significativo dentro de los centros, capaz de sensibilizar y actualizar al promotor con estrategias innovadoras y la utilización de herramientas pertinentes que le permitan enfocar su gestión hacia el logro de cambios e innovaciones, para asegurar el éxito del proceso educativo.

En cuanto a las expectativas con respecto a contar con facilitadores comprometidos a participar en jornadas de capacitación, disponibilidad de recursos calificados que lo actualicen, disposición de ambiente, de recursos audiovisuales y de facilidad de acceso; en querer participar en propuestas que conlleven su mejoramiento.

Asimismo, el programa de capacitación en comunicación eficaz, puede proponerse a otros niveles y modalidades del sistema educativo; así como también a otras instituciones.

#### **5.7.14 RECOMENDACIONES.**

Tomando como apoyo referencial los resultados obtenidos en el diagnóstico realizado y sobre la base de las conclusiones realizadas, se observó que los facilitadores se interesaron por el programa de capacitación en comunicación eficaz, para afianzar el comportamiento productivo de los participantes que atienden, con el firme propósito de poder planificarlo y aplicarlo en el proceso; en este sentido se conformó el siguiente cuadro de recomendaciones:

- ✓ Planificar en la institución seminarios, talleres o jornadas para dar a conocer las ventajas que ofrece el programa de comunicación eficaz, a fin de que se extienda su aplicación en la planificación educativa por otros facilitadores.
- ✓ Ejecutar lo más pronto posible el programa propuesto sobre la capacitación en comunicación eficaz, para afianzar el comportamiento productivo de los participantes, para que se aplique de manera sistemática en la planificación de la enseñanza.
- ✓ Continuar estudiando la aplicación del programa sobre comunicación eficaz, para afianzar el comportamiento productivo de los participantes, en otros aspectos curriculares, como el proceso de evaluación.
- ✓ Evaluar de manera sistemática los resultados de la aplicación del programa de capacitación en comunicación eficaz para afianzar el comportamiento productivo de los participantes, a fin de introducir los correctivos requeridos.
- ✓ Promocionar el contenido del programa propuesto a fin de que pueda aportar conocimientos teóricos a futuras investigaciones, o aportes prácticos si es aplicado en otras instituciones educativas.

## BIBLIOGRAFIA

Adam, F. (1987). Andragogía, ciencia de la educación de adulto. Caracas – Venezuela. Editorial Grafarte.

Aguilar, M. (2000). Como animar un grupo. Madrid – España. Editorial CCS.

Arias, F. (1999). El proyecto de investigación. Guía para su elaboración. (3era. Ed.). Caracas – Venezuela. Editorial Episteme.

Arteaga.(2002).Lamotivación.Disponible:<http://www.Monografias.com/trabajos/lamotivación/motivación.shtml>. [Consulta: 2002, marzo 01].

Bisquerra. (1989). Método de la investigación educativa. Barcelona – España. Editorial Puresa.

Bracho de González, M. (1993). Modelo de comunicación que caracteriza al gerente de las Escuelas Básicas de la ciudad de Barquisimeto, Distrito 2, Sector 1 en su Primera Etapa. Tesis de grado, Universidad Pedagógica Experimental, Instituto Pedagógico de Barquisimeto.

Castillo, J. (2000). La motivación escolar y sus efectos en el aprendizaje. Disponible:

<http://www.Monografias.com/trabajos4/estrategias/estrategias.shtml>.

[Consulta: 2002, marzo 01].

Castro, L. (1990). Estudio sobre las características comprensivas y comunicativas que establecen el perfil profesional del egresado y las que presentan estudiantes avanzados del Instituto.

Constitución política del Ecuador – Derechos de los niños/ adolescentes – educación

Constitución política del Ecuador – Régimen del buen vivir.

Conindustria – Programa Coninpyme – Centro de Información

Isabel González: contenidista/compiladora

1 EL 10 DE DICIEMBRE DE 1948 Asamblea de la ONU

2 (Margarita Velasco, Indicadores de Protección Especial, Consultoría BID – INNFA, 2008, pag. 8)

3 Código de la Niñez y Adolescencia, Libro Tercero, del Sistema Descentralizado de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia.

INTERNET: Abc.pedia.com: Real Academia Española Diccionario

¿CÓMO ESCRIBIR UNA TESIS?, Gonzalo Paredes.

<http://www.ife.org.mx/documentos/DECEYEC/Marco.html#marco4>

(Piaget, 1932; Kohlberg, 1981, 1984; Gilligan, 1982)

Delval y Enesco

Villalpando,

# AneXOS



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

PARA LLENAR LA ENCUESTA LEA CON ATENCIÓN CADA UNA DE LAS PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO, Y MARQUE CON UNA X Y ESCOJA LA ALTERNATIVA QUE CONSIDERE CORRECTA. DE SU RESPUESTA DEPENDE EL ÉXITO DE ESTA INVESTIGACIÓN.

1. ¿Sabes usted cuales son las modalidades que ofrece el MIES – INFA en su localidad?
  - a) SI
  - b) NO
  
2. ¿Es usted afectuoso, respetuoso, amable con niños, niñas y familia?
  - a) SI
  - b) NO
  
3. ¿Su hijo es creativo en el desarrollo de todas las actividades que realiza?

- a) SI
- b) NO

4. ¿Es usted comunicativo, dinámico, ágil y atento con su representado?

- a) SI
- b) NO

5. ¿Considera que el estado desarrolla una política participativa a favor de la niñez?

- a) SI
- b) NO

6. ¿Cree que los gobiernos locales han invertido en la niñez de su comunidad/barrio?

- a) SI
- b) NO

7. ¿Considera que hay falta de información de los programas de desarrollo infantil?

- a) SI
- b) NO

8. ¿Los promotores sociales socializan la problemática existente en cada comunidad?

- a) SI
- b) NO

9. ¿Cómo considera ud. al promotor social de su comunidad/barrio?

- a) Comunicativo
- b) Emprendedor
- c) Planificador
- d) Sociable
- e) Dinámico
- f) Orientad

10. ¿El promotor social se involucra en los procesos de desarrollo local de su comunidad/barrio?

- a) Si
- b) Frecuentemente
- c) Rara vez
- d) Nunca

11. ¿La comunidad entre el promotor social y la familia es clara, precisa, concisa?

- a) Si
- b) Frecuentemente
- c) Rara vez
- d) Nunca



