

**La comunicación asertiva en el área de talento humano de la empresa Indra S.A una  
valoración de la percepción individual y colectiva del equipo de trabajo.**

**Paula Jineth Orjuela Rodríguez**

**Karen Lizeth Palacios Rey**

**Laura Daniela Roa Mendoza**

**Universidad Cooperativa de Colombia**

**Facultad de ciencias humanas**

**Programa de Psicología**

**Bogotá**

**2019**

**La comunicación asertiva en el área de talento humano de la empresa Indra S.A una  
valoración de la percepción individual y colectiva del equipo de trabajo.**

**Paula Jineth Orjuela Rodríguez**

**Karen Lizeth Palacios Rey**

**Laura Daniela Roa Mendoza**

**Mónica Cuervo**

**Asesora del proyecto de grado**

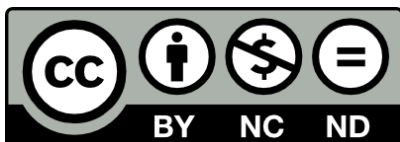
**Universidad Cooperativa de Colombia**

**Facultad de ciencias humanas**

**Programa de Psicología**

**Bogotá**

**2019**



**Tabla de contenido**

1. Resumen.....	pág.4
2. Abstract.....	pág.4
3. Introducción.....	pág.5
4. Justificación .....	pág.6
5. Objetivos.....	pág.7
6. Marco de referencia.....	pág.8
6.1. Empresa.....	pág.8
6.2. Comunicación organizacional.....	pág.9
6.3. Comunicación asertiva.....	pág.10
6.4. Percepción.....	pág.10
7. Marco metodológico.....	pág.11
7.1. Título del proyecto.....	pág.11
7.2. Tipo de investigación.....	pág.11
7.3. Diseño de investigación.....	pág.12
7.4. Alcance.....	pág.12
7.5. Muestra.....	pág.12
7.6. Procedimiento.....	pág.13
7.7. Cronograma de actividades.....	pág.15
8. Análisis de resultados.....	pág.16
9. Conclusiones .....	pág.20
10. Recomendaciones.....	pág.21
11. Futuras líneas.....	pág.21
12. Referencias y bibliografía .....	pág.22
13. Anexo.....	pág.24

## **1. Resumen**

La presente de investigación va dirigida hacia el área de la psicología organizacional, a partir de esto se hace un recorrido teórico sobre la comunicación asertiva y la percepción tanto individual como colectiva dentro de las organizaciones, en este caso se busca conocer dicha percepción en una muestra específica, la cual se compone de los colaboradores del área de talento humano de la empresa Indra S.A. Para obtener la información pertinente a los temas mencionados inicialmente, se diseña y aplica una encuesta que permite conocer la percepción de cada uno de los colaboradores y así obtener una percepción colectiva a partir del respectivo análisis de información.

## **2. Abstract**

The present research is directed towards the area of organizational psychology, from which a theoretical journey is made on assertive communication and both individual and collective perception within organizations, in this case we seek to know this perception in a specific sample, which is composed of employees of the human talent area of Indra S.A. In order to obtain the pertinent information to the subjects mentioned initially, a survey is designed and applied that allows to know the perception of each one of the collaborators and thus to obtain a collective perception from the respective information analysis.

**Palabras Clave:** Psicología organizacional, Organización, Comunicación asertiva, Percepción.

### **3. Introducción**

El proyecto se centra en la opinión individual y colectiva que tienen los colaboradores del área de talento humano de la empresa Indra Colombia S.A sobre la comunicación asertiva en su equipo de trabajo.

La percepción de cada colaborador es diferente y varía según las experiencias, esto se ve reflejado en las organizaciones, en el rendimiento, la productividad y las relaciones interpersonales, obteniendo así canales de comunicación adecuados o inadecuados los cuales influyen en las actividades que se realizan diariamente.

La comunicación asertiva es un factor sumamente importante en las organizaciones y además una de las competencias laborales requeridas para que el trabajo en equipo se desarrolle eficazmente en las diferentes áreas; ya que dicha comunicación permite según Calderón (2017) "(...) adoptar una actitud positiva, propiciar una comunicación clara y honesta, alentar la participación y crear un ambiente de confianza, que promueva la comunicación asertiva para mejorar las relaciones laborales y optimizar la participación de los colaboradores."

Teniendo en cuenta que la percepción depende de las experiencias previas y que la comunicación asertiva es primordial dentro de una organización, lo que se pretende con la presente investigación es identificar cómo los colaboradores del área de talento humano perciben la comunicación asertiva de su equipo de trabajo a partir de las experiencias que han tenido durante el recorrido por la empresa Indra S.A.

#### 4. Justificación

Las organizaciones son comunidades que esencialmente dependen las relaciones interpersonales, es por ello que en la actualidad la comunicación asertiva ha adquirido tanta relevancia en el mundo organizacional, se conoce como proceso de comunicación asertiva, la expresión clara, directa y equilibrada que cumple con comunicar o defender ideas y sentimientos, sin ningún ánimo o intención de perjudicar al interlocutor(es). (Chaparro, 2015, p.8)

La importancia que ha adquirido la comunicación asertiva dentro del área organizacional se relaciona con la necesidad de llevar a cabo los diferentes procesos que se desarrollan al interior de las organizaciones de una manera óptima, es por esto que se pretende conocer la percepción de los colaboradores del área de talento humano de la empresa Indra S.A. sobre dicha temática, para así poder generar diferentes planteamientos que den pie a futuras propuestas que tengan como fin la mejora y el desarrollo de las diferentes áreas que componen la organización.

Ahora bien, al ser Indra una compañía con tan amplia cobertura se considera necesario abordar el tema de la comunicación asertiva, ya que está puede aportar al mejoramiento de las relaciones dentro de la organización y a su vez a los servicios prestados por la misma. Para lograr identificar la percepción de los colaboradores se aplicará una encuesta, que posteriormente se tabulará y analizará para dar cumplimiento al objetivo del proyecto. Con el fin de aportar un insumo o bases sobre la importancia de mantener una buena comunicación a lo largo de las relaciones interpersonales o laborales y así mejorar el desempeño la producción de las diferentes áreas.

## **5. Objetivo general**

Conocer la percepción de los colaboradores del área de talento humano acerca de la comunicación asertiva en el equipo de trabajo.

### **Objetivos específicos**

1. Definir el concepto de comunicación asertiva y darlo a conocer a los colaboradores del área de talento humano.
2. Diseñar y aplicar una encuesta para conocer la percepción de los colaboradores de talento humano sobre la comunicación asertiva.
3. Realizar tabulación y análisis de datos de la información recolectada mediante la encuesta aplicada.

## **6. Marco de referencia**

El proyecto se centra en el área de la psicología organizacional en esta se desempeñan labores tales como: selección de personal, capacitaciones, desarrollo de destrezas, evaluación de desempeño, aplicación e interpretación de pruebas, etc.; todo esto ayuda al crecimiento y fortalecimiento de las empresas.

### **6.1. Empresa**

El término de empresa, según Penrose (1962), (como se cita en Tovar, Pérez y Rodríguez, 2016) se entiende como:

Un conjunto de conocimientos, en donde los recursos humanos adquieren unas competencias individuales específicas y son capaces de generar diferentes servicios productivos. En este sentido, la empresa tiene como fin aumentar su productividad a largo plazo a través de la creación de nuevos servicios. (p.5)

Por ello, el psicólogo organizacional juega un papel importante, por medio de la consultoría o sugerencias en áreas específicas donde se evidencian problemáticas que son susceptibles al mejoramiento, dando así, como resultado el crecimiento personal y el fortalecimiento de la productividad empresarial.

Ahora bien, otro de los elementos importantes para el desarrollo óptimo de las empresas es la comunicación, la cual se entiende según Ferrell y Fraedricj, (como se cita en Gómez, Prowesk, 2011, p. 60) como un: “proceso importante para impartir directrices respecto a las normas éticas y actividades de integración de las áreas funcionales de la empresa”, esto permitirá fomentar las relaciones entre los colaboradores de las diferentes áreas, lo cual es necesario para el proceso productivo, por medio del intercambio de mensajes entre los colaboradores se va a generar una integración de la información con el fin de



establecer las metas, colaboradores de manera que trabajando en equipo se logre alcanzar el beneficio mutuo, objetivos y cambios que la compañía requiere para la coordinación y el crecimiento de la misma.

## **6.2. Comunicación organizacional**

Por medio de la comunicación organizacional se adquiere dinámicas que permiten la circulación de mensajes en el ámbito laboral, para ello se exponen diferentes opiniones en equipos de trabajo, estas se enfocan en dar claridad de las funciones a realizar y el desempeño óptimo que la empresa requiera en aras de crecimiento y prestigio de su funcionamiento. Cabe señalar que para que dicha comunicación se transmita de manera asertiva se requiere según Avendaño (2014):

(...) exponer sentimientos, necesidades, emociones y opiniones de forma clara y franca buscando un resultado mutuamente satisfactorio. Ser asertivo implica tener claro lo que se quiere transmitir en el mensaje y ser capaz de expresarlo de tal manera que ambas partes comprendan el mensaje de la misma manera, evitando así vacíos de comunicación y por ende los malos entendidos que puedan entorpecer las relaciones interpersonales o los resultados que se buscan. (p.8)

Por ende, a través de la asertividad, los procesos de transmisión y recepción de la información serán los adecuados para lograr el entendimiento y el establecimiento de relaciones que tengan un mismo objetivo, teniendo en cuenta que en una organización se generan relaciones en aras de construir equipos de trabajo es importante resaltar la asertividad dentro la misma, como señala Calderón (2017),

Ser asertivo laboralmente es algo que da ventaja a unos sobre los otros que no lo son, el simple hecho de saber cómo y cuándo pedir las cosas, da ventaja en la vida laboral; (...) Si un individuo posee una conducta asertiva es capaz de hablar con tranquilidad y confianza a sus superiores, y transmitirles sus dudas o los problemas de su sección, de

forma correcta y precisa, ayudándose no sólo a sí mismo sino a la mejora de la calidad de la empresa a través de las buenas relaciones laborales.” (p.11)

### **6.3. Comunicación asertiva**

Dado lo anterior, se puede deducir que la asertividad en la comunicación es un componente fundamental para llevar a cabo la construcción de relaciones laborales que den pie a la mejora en procesos de productividad y sostenibilidad de las organizaciones, como lo menciona Calderón (2017):

Una comunicación asertiva mejora el desarrollo organizacional, ya que produce un excelente ambiente laboral, provoca satisfacción, se tiene la certeza que el rendimiento de los trabajadores es mejor y trata que los canales de comunicación fluyan sin obstrucción alguna. Este estilo de comunicación llena las expectativas de las relaciones interpersonales, en las que se debe tomar en cuenta la visión de la empresa y la de los colaboradores (p.6)

### **6.4. Percepción**

Teniendo en cuenta lo anterior, para que la comunicación se implemente de manera óptima, es importante tener en cuenta la percepción de cada individuo ya que según Fuenmayor y Villasmil (2008):

La percepción es cómo se interpreta y se entiende la información que se ha recibido a través de los sentidos. La percepción involucra la decodificación cerebral y el encontrar algún sentido a la información que se está recibiendo, de forma que pueda operarse con ella o almacenarse (p.192)

Es por esto, que en el ámbito laboral se evidencian diferentes puntos de vista, teniendo en cuenta que las personas recolectan y procesan la información respecto a sus métodos de aprendizaje, allí se crean características esenciales tales como: la actitud, seguimiento de la norma, satisfacción en el trabajo y conformación de roles; estas permiten desenvolverse y adaptarse en el ámbito laboral.

Ahora bien, cuando se habla de percepción también se debe tener en cuenta las emociones que surgen a partir de cada experiencia vivida por las personas, Arias (2006, p. 12) menciona que:

La percepción de una persona o de algún fenómeno depende del reconocimiento de emociones, a partir de las reacciones de las personas; también se forman las impresiones, a partir de la unión de diversos elementos informativos que se recolecten en los primeros instantes de interacción. Y también, en tercer lugar, por atribuciones causales, o búsqueda de alguna causa que explique la conducta y los hechos.

Esto quiere decir, que depende de la emoción que causa cada una de las experiencias vividas por los colaboradores, estos van a reaccionar ante futuros eventos y esta reacción estará ligada a la percepción que cada colaborador adquirió previamente. Por último, cabe señalar que la percepción sobre la comunicación asertiva va de la mano con las diferentes reacciones que se han desencadenado al momento de transmitir la información de un colaborador a otro.

## **7. Marco metodológico**

**7.1. Título del proyecto.** La comunicación asertiva en el área de talento humano de la empresa Indra S.A. una valoración de la percepción individual y colectiva del equipo de trabajo.

**7.2. Tipo de investigación.** La presente investigación es de tipo cualitativa, ya que, el propósito es conocer la percepción de la comunicación asertiva de la muestra en su cotidianidad, esto se puede contrastar según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “El enfoque cualitativo se selecciona cuando el propósito es examinar la forma en que los

individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados.”

Adicional a ello, el tipo de investigación utilizada aporta en la búsqueda teórica de los conceptos básicos a investigar dentro del proyecto, como lo son comunicación asertiva, percepción individual y colectiva de los colaboradores.

**7.3. Diseño de investigación.** El diseño de investigación es descriptivo, dado que, busca identificar la percepción que tienen los colaboradores del área de recursos humanos de la compañía Indra Colombia, frente a la comunicación asertiva en su entorno laboral, según Hernández, Fernández y Baptista (2014), refieren que la investigación descriptiva:

Buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (p.80)

Para la recolección de la anterior información se construye una encuesta que evalúa componentes individuales y colectivos sobre la comunicación asertiva dentro del área de recursos humanos.

**7.4. Alcance.** A través de la aplicación del instrumento (Encuestas) a cada uno de los colaboradores de recursos humanos, se busca identificar cuál es la percepción sobre la comunicación asertiva dentro del área, además, como el buen manejo de la comunicación ayuda a futuras relaciones laborales con el fin de aumentar la efectividad en la operatividad del trabajo.

**7.5. Muestra.** La población consta de 20 colaboradores del área de talento humano, pertenecientes a la empresa Indra Colombia, ubicada en la Calle 96 No. 13-11, Bogotá D.C, Colombia, la cual se caracteriza por ser una de las principales compañías globales de consultoría tecnología y el socio tecnológico para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Es un proveedor líder mundial de soluciones propias en segmentos específicos de los mercados de Transporte y Defensa, y la empresa líder en consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica a través de su filial Minsait.

### **7.6. Procedimiento.**

#### **1. Fase de despliegue teórico.**

**Objetivo:** adquirir las bases necesarias sobre las variables planteadas en el título del proyecto para tener un mejor dominio de las mismas.

**Procedimiento:** se realiza una revisión bibliográfica teniendo en cuenta los conceptos de empresa y la influencia de la comunicación asertiva dentro de la misma.

**Resultado esperado:** poseer claridad de los temas para poder desarrollar los instrumentos necesarios para evaluar la percepción de los colaboradores.

#### **2. Fase de creación de encuesta.**

**Objetivo:** crear un instrumento que permita identificar la percepción de los colaboradores sobre la comunicación asertiva en el equipo de trabajo.

**Procedimiento:** Teniendo en cuenta los resultados de la búsqueda bibliográfica, se procede a diseñar la encuesta donde se integran los conceptos clave que darán respuesta al objetivo general.

**Resultado esperado:** obtener el instrumento que permita obtener la información requerida para el respectivo análisis.

### 3. Fase de validación de la encuesta

**Objetivo:** recibir la respectiva retroalimentación para poder implementar el instrumento.

**Procedimiento:** Se remite la encuesta a la asesora asignada para realizar la respectiva revisión y tener el aval para su posterior aplicación.

**Resultado esperado:** recibir el aval de la asesora para poder aplicar el instrumento en la respectiva población.

### 4. Fase de aplicación de la encuesta.

**Objetivo:** aplicar la encuesta a cada uno de los colaboradores del área de talento humano para obtener la información requerida.

**Procedimiento:** Se hace entrega de la encuesta a cada uno de los colaboradores indicándoles que esta es anónima, la cual deben responder con la mayor sinceridad y en un tiempo prudente.

**Resultado esperado:** obtener la opinión de cada uno de los colaboradores para proceder a realizar el análisis de la información recolectada.

### 5. Fase de análisis de datos.

**Objetivo:** relacionar la información obtenida con los fundamentos teórico de la investigación.

**Procedimiento:** se tabula la información recolectada en Excel y posteriormente se grafica para realizar el análisis de resultados.

**Resultado esperado:** conocer la percepción de los colaboradores sobre la comunicación asertiva tanto a nivel individual como grupal.

### 6. Fase de conclusiones.

**Objetivo:** relacionar la información recogida por medio del instrumento.

**Procedimiento:** Se comparan los resultados obtenidos con el fin de identificar la percepción que poseen los colaboradores del área de talento humano acerca de la comunicación asertiva.

**Resultado esperado:** conocer la percepción sobre la comunicación asertiva en el equipo de trabajo de los colaboradores del área de talento humano de la empresa Indra S.A.

### 7.7. Cronograma de actividades

FASE	ACTIVIDAD	RECURSOS	TIEMPO
Fase de despliegue teórico.	Realizar revisión bibliográfica sobre las temáticas a trabajar.	- Recurso humano: psicólogas en formación. - Bibliografía y tecnología.	21 de junio hasta el 2 de agosto.
Fase de creación de encuesta.	Formulación de preguntas y diseño del formato de la encuesta.	- Recurso humano: psicólogas en formación. - Bibliografía y tecnología.	10 de julio al 12 de julio.
Fase de validación de la encuesta.	Revisión del asesor y del Business Partner del área de talento humano.	- Recurso humano: asesora, Business Partner y psicólogas en formación. - Tecnología.	14 de julio al 16 de julio.
Fase de aplicación de la encuesta.	Entrega de los formatos de encuesta a cada uno de los colaboradores del área de talento humano.	- Recurso humano: colaboradores del área de talento humano y psicólogas en formación. - Formatos de encuesta.	22 de julio al 26 de julio.

Fase de análisis de datos.	Tabulación de la información, elaboración de diagramas de torta y análisis de los porcentajes de cada diagrama.	- Recurso humano: psicólogas en formación. - Tecnología, programas office.	27 de julio al 29 de julio
Fase de conclusiones.	Correlación entre la información teórica y los resultados de las encuestas. Recomendaciones y líneas de investigación.	- Recurso humano: psicólogas en formación. - Bibliografía y tecnología.	1 de agosto al 15 de agosto

## 8. Análisis de resultados

La muestra se conformó por 20 colaboradores del área de talento humano de la empresa Indra Colombia S.A, los cuales respondieron la encuesta diseñada de manera anónima, a continuación, se dan a conocer los resultados de la aplicación de la misma, además se realizará un análisis de la percepción individual, grupal y según el rol que desempeñan los jefes dentro de la compañía.

#	Ítems	Siempre	Casi Siempre	A Veces	Nunca
1	¿Las indicaciones dadas por sus superiores son claras y precisas?	7	10	3	0
2	¿Si alguien del equipo de trabajo tiene alguna inconformidad la expresa de manera adecuada?	4	10	6	0
3	¿La información que se transmite entre los compañeros del área es apropiada?	7	12	1	0
4	¿Expresa con claridad sus ideas y necesidades a compañeros y jefes?	5	12	3	0

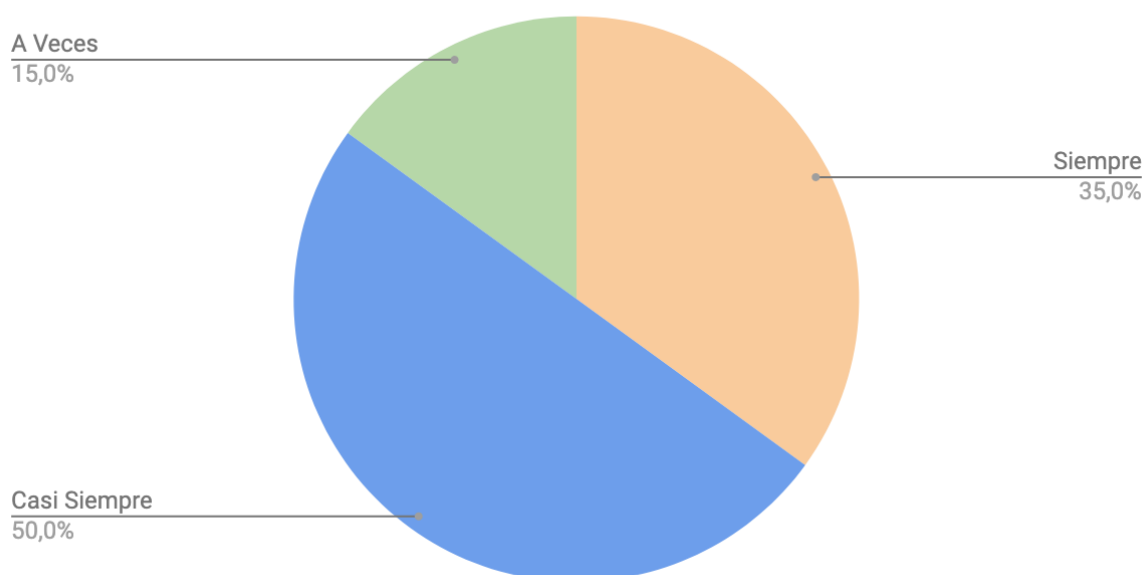


5	¿Cuándo considera que algo le resulta injusto, expresa su opinión al respecto?	7	7	6	0
---	--	---	---	---	---

**Tabla 1.** Matriz de resultados (Autoría propia, 2019)

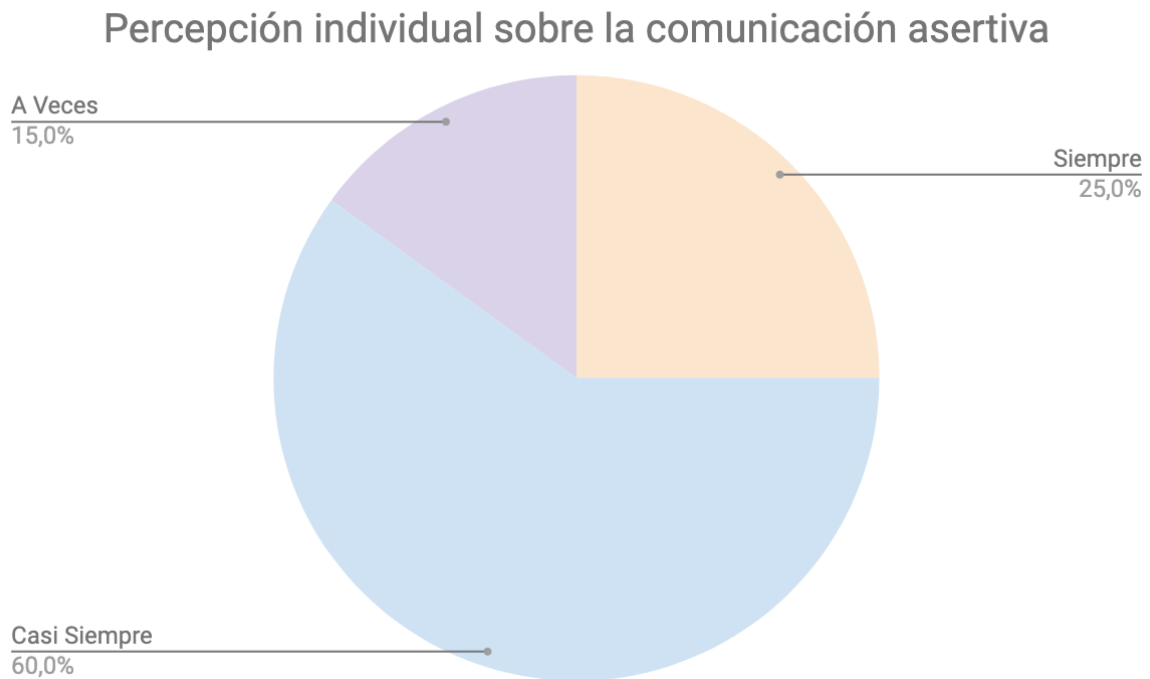
En la tabla 1, se observan los resultados obtenidos por cada ítem que se evaluó, sin embargo, hay que resaltar que la comunicación asertiva a nivel general dentro del área de talento humano es óptima, ya que según las respuestas casi siempre se transmite de forma adecuada la información que se requiere para un buen desempeño.

### Percepción sobre la comunicación asertiva según el rol de los jefes



**Figura 1.** Percepción sobre la comunicación asertiva según el rol de los jefes (Autoría propia, 2019)

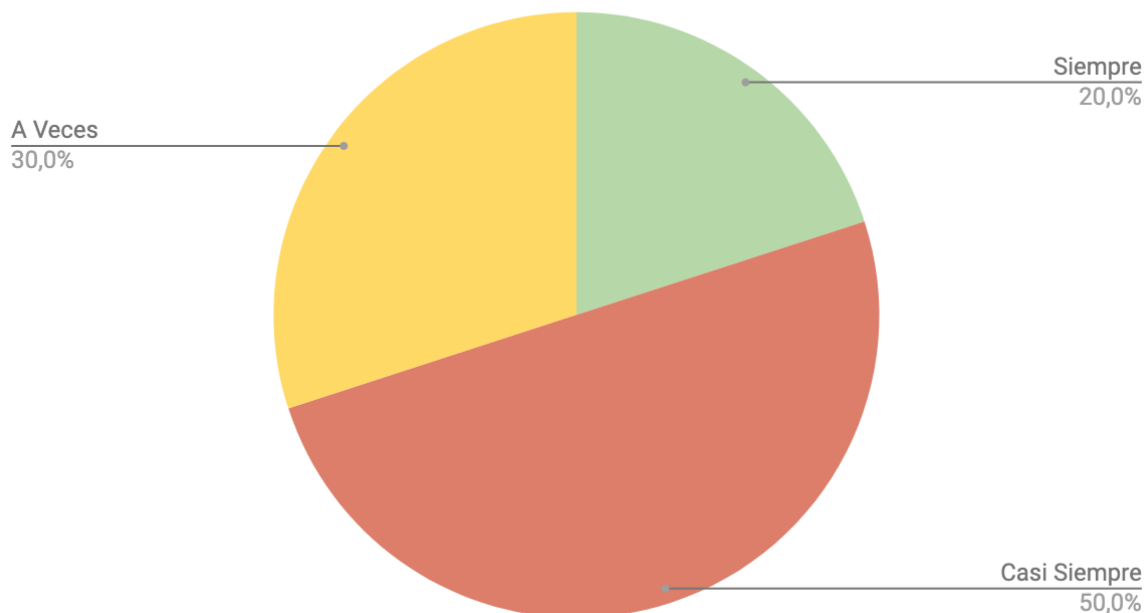
Ahora bien, en la figura 1 se evidencia que la comunicación entre los colaboradores y sus superiores para un 50% de la población encuestada es adecuada en la mayoría de las ocasiones, para un 35% de la población la comunicación siempre es asertiva y para un 15% en ocasiones lo que sus superiores quieren transmitir no es del todo claro.



**Figura 2.** *Percepción individual sobre la comunicación asertiva* (Autoría propia, 2019)

En cuanto a la percepción individual de los colaboradores se observa que un 60% de la población transmite sus ideas con claridad de tal forma que se dan a entender ante los demás miembros de equipo en la mayoría de las ocasiones, el 25% logra siempre transmitir la información de una manera óptima y un 15% presenta falencias al momento de transmitir la información al equipo de trabajo en el área.

### Percepción grupal sobre la comunicación asertiva



**Figura 3.** Percepción grupal sobre la comunicación asertiva (Autoría propia, 2019)

La gráfica 3 nos permite observar la percepción grupal de los colaboradores, según los resultados obtenidos el 50% de los encuestados, la mayoría del tiempo tiene una comunicación asertiva entre compañeros de trabajo, el 20% no tienen ninguna dificultad al comunicarse unos con otros y respecto al 30% restante, no posee facilidad de transmitir la información de una manera adecuada.

## 9. Conclusiones

Teniendo en cuenta los resultados, la empresa Indra Colombia cuenta con una comunicación eficaz, debido a que los empleados de talento humano en la mayoría de las situaciones expresan de manera oportuna sus ideas, pensamientos o inquietudes con el fin de dar claridad respecto a la información que se quiere transmitir, por ende es importante tener en cuenta los puntos de vista de los colaboradores y al integrar dichos contenidos se logrará un ambiente propicio para que los procesos que maneja la organización cumplan las metas establecidas.

Respecto a la comunicación entre compañeros y jefes de la respectiva área pudo observarse que es apropiada, sin embargo, se evidencia algunas falencias en los procesos de transmisión de la información en un mismo grupo de trabajo, la expresión de los contenidos del mensaje no llega a ser claros para todas las personas que componen el equipo lo cual podría disminuir las relaciones y los resultados que se buscan en la empresa.

La encuesta arrojó resultados en cuanto a la recepción de la información en el equipo de trabajo, adicional a ello, otro resultado se relaciona con la transmisión y expresión de la información, cabe señalar que las personas involucradas en el área consideran tener la capacidad de expresarse con claridad ante los demás, es importante mantener esta capacidad siempre y cuando los procesos dentro del equipo de trabajo sean organizados respecto a las funciones de cada integrante lo que conlleva al buen funcionamiento en la organización.

Finalmente, se debe tener en cuenta que a partir de una comunicación asertiva los colaboradores establecen metas e identidades dentro de la compañía, esto permitirá que se fortalezcan los vínculos, motivación frente al trabajo, responsabilidad de las funciones, constancia y productividad en la empresa Indra Colombia.

## **10. Recomendaciones**

1. En el equipo de trabajo es importante seguir fortaleciendo la comunicación asertiva entre los mismos con el fin de lograr de desarrollar una mejora respecto a la calidad de relaciones a nivel profesional y personal, esto por medio del respeto hacia los demás y el sentido de pertenencia que logren los colaboradores con la empresa.
2. Para el adecuado funcionamiento en el área, es importante llevar a cabo retroalimentaciones en cuanto a las funciones y el desempeño lo que permitirá generar receptividad en los colaboradores al momento de su labor para cumplimiento a lo establecido en su cargo asignado.

## **11. Futuras líneas de investigación**

El presente trabajo da pie a futuras aplicaciones de la encuesta en las distintas áreas que componen la organización, esto con el fin de obtener resultados en cuanto a la percepción a nivel general que tiene los colaboradores de la empresa Indra Colombia respecto a la comunicación asertiva.

Así mismo, se busca generar nuevas investigaciones respecto a la implementación de estrategias que potencien la comunicación asertiva como una competencia fundamental para una organización.

## 12. Referencias

- Arias, C. (2006). *Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas*.  
Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4907017.pdf>
- Avendaño, H. (2014). *La comunicación asertiva como ventaja competitiva*. Obtenido de  
de  
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/11994/La%20Comunicacio%CC%81n%20Asertiva%20como%20ventaja%20Competitiva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chaparro, Z. (2015). *El uso de la comunicación asertiva como herramienta estratégica para el líder*. Optativa de grado. Obtenido de  
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/7868/El%20USO%20DE%20LA%20COMUNICACI%C3%93N%20ASERTIVA%20COMO%20HERRAMIENTA%20ESTRATEGICA%20PARA%20EL%20LIDER.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Calderón, H. (2017). *Asertividad y comunicación organizacional*. Trabajo de grado. Obtenido de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2017/05/43/Calderon-Hector.pdf>
- Fuenmayor, G., y Villasmil, Y. (2008). *La percepción, la atención y la memoria como procesos cognitivos utilizados para la comprensión textual*. Obtenido de  
<https://www.redalyc.org/pdf/1701/170118859011.pdf>
- Gómez, M. (2015). *Sobre la psicología organizacional y del trabajo en Colombia*. Vol. 7, N°. 1. Recuperado el día 02 de Julio de 2019. Desde  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5454161>
- Gómez, D., & Prowesk, K. (2011). *Características de la cultura organizacional y comunicación interna en una comercializadora de lácteos de Cali*. *Pensamiento Psicológico*, 9(17), 57-67. Obtenido de

<https://bbibliograficas.ucc.edu.co:2149/docview/1020569417?accountid=4439>

4

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación

Quinta edición. Obtenido de

[https://campusvirtual.univalle.edu.co/moodle/pluginfile.php/1184249/mod\\_resource/content/1/Sampieri%20y%20Baptista%205ta%20Edicion.pdf](https://campusvirtual.univalle.edu.co/moodle/pluginfile.php/1184249/mod_resource/content/1/Sampieri%20y%20Baptista%205ta%20Edicion.pdf)

Tovar, J., Pérez. A y Rodríguez., A. (2016). *El concepto de personalidad de la empresa: Antecedentes conceptuales y examen crítico*. Obtenido de

[https://www.researchgate.net/publication/313886927\\_El\\_concepto\\_de\\_personalidad\\_de\\_la\\_empresa\\_Antecedentes\\_conceptuales\\_y\\_examen\\_critico](https://www.researchgate.net/publication/313886927_El_concepto_de_personalidad_de_la_empresa_Antecedentes_conceptuales_y_examen_critico)

## **Bibliografía**

Báez, M. (2014). *Comunicación asertiva*. Universidad Piloto de Colombia. Obtenido de <https://www.flipsnack.com/Mariov86/cartilla-comunicacion-asertiva.html>

Chaparro, Z. (2015). *El uso de la comunicación asertiva como herramienta estratégica para el líder*. Universidad Militar Nueva Granada. Trabajo de grado Obtenido de:

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/7868/EI%20USO%20DE%20LA%20COMUNICACION%20ASERTIVA%20COMO%20HERRAMIENTA%20ESTRATEGICA%20PARA%20EL%20LIDER.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Señaris, L. (2016). *Comunicar en la empresa: del porqué al cómo*. Obtenido de

<https://www.diba.cat/documents/467843/73234193/Comunicar+en+la+empresa+del+porqu%C3%A9+al+c%C3%B3mo.pdf/e4e33e1d-7c4d-4a69-98fc-cc352d75e575>

Kuznik, A., Hurtado A. y Espinal, A. (2010). *El uso de la encuesta de tipo social en Traductología*. Obtenido de

<http://www.redalyc.org/pdf/2651/265119729015.pdf>

Universidad de Córdoba. (s.f). Diseño de encuestas. Obtenido de

[http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/09\\_13\\_21\\_sesion\\_6.pdf](http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/09_13_21_sesion_6.pdf)

### 13. Anexo

#	Ítems	Siempre	Casi Siempre	A Veces	Nunca
1	¿Las indicaciones dadas por sus superiores son claras y precisas?				
2	¿Si alguien del equipo de trabajo tiene alguna inconformidad la expresa de manera adecuada?				
3	¿La información que se transmite entre los compañeros del área es apropiada?				
4	¿Expresa con claridad sus ideas y necesidades a compañeros y jefes?				
5	¿Cuándo considera que algo le resulta injusto, expresa su opinión al respecto?				