



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRIA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

**PERFIL DEL COMUNICADOR SOCIAL BASADO EN COMPETENCIAS
PARA FOMENTAR LA COMUNICACIÓN ASERTIVA CON SUS PÚBLICOS
EXTERNOS**

Caso de estudio: Organismos del poder Municipal en el estado Carabobo

Trabajo de Grado presentado como uno de los requisitos para optar por
el título académico de Magister en Gerencia de la Comunicación Organizacional

Autora: Marbella Brito
Tutor: Dr. Ronmel Rangel

San Diego, octubre 2018

OJOOO COLOCAR LA PLANILLA VEREDICTO

DEDICATORIA

A Dios todo poderoso, por darme las fuerzas necesarias para que, a pesar de las adversidades, pude culminar este trabajo de grado, que con gran sacrificio me tocó plasmar. Gracias por permitirme llegar a la meta, una vez más ratifico que con Dios todo, sin Dios nada.

A la virgen de la Medalla La Milagrosa, mi fe hacia ti se ha acrecentado al mil por ciento, gracias madre santa porque sin tu ayuda nada de esto sería posible. ¡Oh María sin pecado concebida: rogad por nosotros que recurrimos a vos!

A ti mi mamá querida Marisol, mi ángel que desde el cielo nos sigue bendiciendo y guiando, espero estés orgullosa de este logro que también es tuyo, lo logramos mamita... cada sábado me deseabas que me fuera bien en la universidad y estuviste pendiente que culminara esta etapa y aunque me siento con mucho dolor por tu ausencia física... mamá te lo dedico con todo el amor del mundo. Bendición ¡Te amo!

A ti hermana Patrick, ¡aquí estoy dedicándote este logro! ni te imaginas cuanto me costó culminar. Tú sabes cuánto hemos pasado y a través de la distancia que lo hace un poco más duro, te reitero mi amor incondicional y que las cosas imposibles se pueden hacer realidad. ¡Te amo!

A ti hermano Harold, siempre tan consecuente preguntándome ¿cómo va la tesis?, ¿cuánto te falta?, a veces siento que es mi mamá a través de ti que me pregunta... pues ya se acabó la espera hermano, gracias por siempre estar ahí tan pendiente de la tesis, desde ya puedes decirles a todos que tu hermana se graduó, este logro también es tuyo. ¡Te amo!

A mi hija María Victoria, gracias por ser mi compañera de tesis, espero poder compensar tantas horas que te quite de juego cuando te decía, debo trabajar en la computadora y que terminabas acompañándome sentada a mi lado, pero eso si preguntándome a cada rato ¿Cuánto te falta mamá? Hemos terminado hija... ¡Lo logramos ahora si a jugar todo lo que quieras! Te amo.

Y finalmente a ti querido esposo Telmo, gracias por ser ese apoyo incondicional en todo momento y siempre reafirmarme que es a través del estudio que la gente puede salir adelante y que pase lo que pase, nada ni nadie podrá quitarte ese mérito. Ya tienes a tu Magister, ahora estoy lista para un Doctorado. Este logro te lo dedico. ¡Te amo!

RECONOCIMIENTOS

A María Fernanda Castillo, mi hermana que la vida me regaló y que a pesar de las circunstancias y la distancia siempre está ahí, con un mensaje, palabras oportunas, una llamada solo para vernos y por sobre todas las cosas por ese amor puro y desinteresado que nos profesamos. Este logro también es tuyo... Gracias por saber estar siempre. ¡Te amo!

A mi compañera Yoselin Pérez, la compañera ideal que siempre quieres tener en clase, desde el momento de la entrevista comenzó esta aventura y aunque cada una tenía su equipo de trabajo siempre estábamos pendiente la una de la otra, pieza fundamental en la realización de este trabajo de grado, aportándome siempre sus conocimientos aun estando en la distancia. Mi gratitud siempre, ya podemos decir: ¡Lo logramos!

Al profesor Ronmel Rangel, que desde el día uno de la maestría siempre me brindó las herramientas necesarias para iniciar en esta maravillosa y gratificante experiencia, recuerdo su pregunta durante la entrevista: ¿Está segura de que quieres comenzar a estudiar los sábados? Hoy puedo decirle: gracias por darme la oportunidad y aquí estoy de alguna forma retribuyéndole lo que ese día de la entrevista me preguntó. Mil gracias, por tanto.

A la profesora Yandyra Páez, una profesional siempre dispuesta a transmitir sus conocimientos y profesionalismo, de esos profes que pasan por este andar académico y que te dejan huellas. Mi gratitud siempre con usted por toda su ayuda.

A mi familia Oliveros, con S y sin S, nombrarlos uno a uno sería imposible, ustedes saben quiénes son, les agradezco por tanto cariño y amor de siempre aun en los momentos más difíciles que he tenido que pasar y estando en la distancia... este trabajo de grado de maestría es para ustedes, espero puedan sentirse orgullosos de este logro. Gracias, por tanto. ¡Los amo!

ÍNDICE GENERAL

	Página
Índice General.....	iv
Listas de cuadros.....	vii
Lista de gráficos	viii
Lista de tablas	ix
Resumen.....	x
Introducción.....	1

CAPÍTULO

I EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema.....	2
1.2 Objetivos de la Investigación.....	7
1.2.1 Objetivo General.....	7
1.2.2 Objetivos Específicos.....	7
1.3 Justificación	7
1.4 Limitaciones y Factibilidades del Proyecto.....	8

II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación.....	10
Antecedentes Internacionales.....	10
Antecedentes Nacionales.....	12
2.2 Bases Teóricas.....	14
2.2.1 Comunicación	14

2.2.2 Proceso de comunicación.....	15
2.2.3 Tipos de comunicación	16
2.2.4 Comunicación asertiva	18
2.2.5 Perfil Profesional	18
2.2.6 Perfil por competencias	19
2.2.7 Perfil del comunicador social	20
2.2.8 Modelo conductual de Mertens	21
2.3 Bases Legales.....	22
2.4 Definición de términos básicos	24
2.5 Operacionalización de variables	25

III MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo y Diseño de la Investigación.....	27
3.2 Nivel de la investigación	28
3.3 Población y Muestra	29
3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	32
3.5 Validez y Confiabilidad.....	33
3.6 Procedimiento.....	37
3.7 Técnicas de Procesamiento y Análisis de los Datos.....	38

IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 Presentación de los resultados	40
4.1.2 Resultados del diagnóstico	58
4.2 Análisis de la observación mediante lista de cotejo	60
4.3 Análisis general de la lista de cotejo	62
Conclusiones y recomendaciones	71

V LA PROPUESTA

5.1 Descripción de la propuesta
5.2 Objetivos de la propuesta
5.3 Justificación de la propuesta
5.4 Estudios de la factibilidad
Estructura de la propuesta
Propuesta de Perfil por Competencias
Consideraciones generales
Anexos
Referencias bibliográficas

LISTA DE CUADROS

	Página
1 Operacionalización de variables	26
2 Población externa	30
3 Población interna	30
4 Fiabilidad de validez de constructo	36
5 Confiabilidad	37
6 Resumen de procesamiento de datos	39
7 Comunicación externa y Conocimiento del Organismo	40
8 Comunicación externa y Competencias del Organismo	42
9 Comunicación externa y tipos de medios de comunicación	43
10 Comunicación externa y frecuencia al ente público	45
11 Comunicación externa y eficiencia pública	47
12 Comunicación externa y desempeño público	49
13 Comunicación externa e informaciones oportunas	50
14 Comunicación externa y frecuencia de publicaciones	52
15 Comunicación externa y comunicación participativa	53
16 Comunicación externa y respuesta oportuna	55
17 Comunicación externa e informaciones permanentes	56
18 Lista de Cotejo	61
19 Cálculo de costos para inversión en el personal	74
20 Relación del entorno actual – Entorno deseado con perfil	79
21 Competencias comunicacionales en la organización	81

LISTA DE GRÁFICOS

	Página
1 Los Organismos Municipales están presentes en los diversos medios de comunicación (Redes, prensa, tv, radio entre otros)	40
2 Tiene claro cuáles son las competencias de los Organismos Municipales.	42
3 Cree usted que las informaciones que publican las instituciones a través de diversos medios es suficiente para conocer el trabajo que están realizando.....	44
4.-Acude con frecuencia a las diversas instituciones municipales para solicitar información de su interés.....	46
5 Considera valioso el trabajo que ejecutan las instituciones públicas para el beneficio de su comunidad	48
6 Cree que las gestiones Municipales van acordes con las informaciones que salen en los diferentes medios locales.	49
7 Esta constantemente la comunidad informada respecto a los beneficios municipales a los que se pueden acceder.....	51
8 Piensa que la frecuencia de publicaciones informativas a través de diversos medios digitales, impresos y televisivos son importantes.....	52
9 Los entes les permite a las comunidades la posibilidad de establecer una comunicación participativa, respecto a los proyectos, problemas y opiniones.	54
10 Reciben respuesta oportuna por parte de los entes gubernamentales a las solicitudes realizadas.....	55
11 La comunidad debe estar informada de todas las actividades e informaciones de interés que beneficien a la colectividad.....	57

LISTA DE TABLAS

	Página
1 Análisis de correlación dominio total de la población externa	35
2 Análisis de correlación general.....	87



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRIA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

PERFIL DEL COMUNICADOR SOCIAL BASADO EN COMPETENCIAS PARA FOMENTAR LA COMUNICACIÓN ASERTIVA CON SUS PÚBLICOS EXTERNOS

Caso de estudio: Organismos del poder Municipal en el estado Carabobo

AUTORA: Marbella Brito
TUTOR: Dr. Ronmel Rangel
Año: 2018

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general proponer el perfil del comunicador social basado en competencia para fomentar la comunicación asertiva con sus públicos externos. El estudio se realizó bajo la línea de investigación Planificación y Comunicación Estratégica Corporativa. Se centralizó en una investigación cuantitativa, de tipo descriptiva, apoyada en la modalidad de campo. Se emplearon como técnicas la encuesta, la observación directa, la entrevista y como instrumentos de recolección de datos el cuestionario, y una lista de cotejo. La validez de los instrumentos se obtuvo a través del juicio de tres expertos en el área de Comunicación, Recursos Humanos y perfiles por competencia, mientras que la confiabilidad se manejó la fórmula estadística del coeficiente Alfa de Cronbach. Se alcanzó con esta indagación, diagnosticar el proceso de comunicación del organismo del poder municipal con sus públicos externos, identificar los factores internos que inciden en la contratación del personal, la comunicación interna del personal directivo con sus funcionarios públicos y diseñar el perfil profesional de competencias necesarias para laborar en un organismo del poder municipal para fomentar la comunicación asertiva que debe tener el ente con sus públicos externos.

Palabras Claves: Perfil profesional, competencias, comunicador social, comunicación asertiva, organismos públicos.



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRIA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

PROFILE OF THE SOCIAL COMMUNICATOR BASED ON COMPETENCES TO PROMOTE ASERTIVE COMMUNICATION WITH ITS EXTERNAL PUBLICS

Case study: Municipal authorities in the state Carabobo

AUTHOR: Marbella Brito
TUTOR: Dr. Ronmel Rangel
Year: 2018

ABSTRACT

The purpose of this research work was to propose the profile of the social communicator based on competence to encourage assertive communication with its external audiences. The study was carried out under the Strategic Planning and Corporate Communication research line. It was centralized in a quantitative research, of descriptive type, supported in the field modality. The survey, direct observation, interview and data collection instruments were used as techniques, and the checklist was added. The validity of the instruments was obtained through the judgment of three experts in the area of Communication, Human Resources and proficiency profiles, while the reliability was handled by the statistical formula of the Cronbach's Alpha coefficient. It was achieved with this inquiry, diagnose the communication process of the municipal power body with its external audiences, identify the internal factors that affect the hiring of personnel, internal communication of the managerial staff with their public officials and design the professional profile of competencies necessary to work in a municipal power body to promote assertive communication that the entity must have with its external audiences.

Keywords: Professional profile, competencies, social communicator, assertive communication, public bodies.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se basa sobre el área profesional de los comunicadores sociales, ya que por medio de la presente es posible aportar los conocimientos, mejorando el perfil por competencia para todos aquellos profesionales que se desempeñan en el área del periodismo institucional. En el ámbito académico, gracias al proceso de la investigadora, la reciente indagación, puede ser tomado en cuenta por las instituciones públicas en general ya que es un aporte para esa etapa clave al momento de seleccionar y contratar periodistas, así como también para los que desempeñan su rol en la actualidad.

Sin embargo, para identificar el perfil por competencias del ente comunicador fue necesario indagar e identificar las destrezas, habilidades, conocimientos teóricos, técnicos, prácticos y oportunidades, para desenvolverse en el departamento de prensa de un organismo del poder municipal. Así mismo, debe guardar estrecha relación con la estructura, estrategia y cultura institucional, con el propósito de tener un modelo de perfil conciso, fiable y válido para predecir el éxito en el desempeño, desde su rol para contribuir al logro de los objetivos organizacionales.

Por consiguiente, esta investigación consta de (5) capítulos, refiriendo que el capítulo I muestra el problema, en el que se presenta el planteamiento del problema, además de expresar los objetivos de investigación y justificación del tema. Seguidamente, en el capítulo II, se encuentra el Marco Teórico y se desarrollan los antecedentes de la indagación, las bases teóricas y las bases legales.

Así mismo, en el capítulo III, se explica la estructura metodológica del estudio, compuesta por el tipo y diseño de la investigación, además de la población y muestra, técnicas de recolección de datos y análisis de datos. En el capítulo IV se presentan los resultados y las técnicas de análisis utilizadas para desarrollar e interpretar los datos obtenidos a través de los instrumentos descritos en el marco metodológico, las conclusiones y recomendaciones. Y finalmente, el capítulo V, se presenta la propuesta del perfil del comunicador social basado en competencias para fomentar la comunicación asertiva con sus públicos externos, se incorporan las referencias bibliográficas y los anexos respectivos de esta investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

La sociedad a través de su participación ciudadana juega un rol fundamental en su relación con las organizaciones gubernamentales, lo que permite mantenerse al tanto de las decisiones estatales que afectan sus vidas de forma positiva o negativa. Asimismo, les permite progresar, dando a conocer sus propuestas, influir para que sean ejecutadas, opinar sobre asuntos públicos, exigir el cumplimiento de las normas, vigilar la conducta de los dirigentes, tomar decisiones que afecten al colectivo o sancionar a los gobernantes que actúan de forma equivocada.

En este sentido, los organismos del Estado son entidades que regulan los intereses de la sociedad y que funcionan mediante una estructura de gerencia para administrar los mandatos de sus ciudadanos, a través de un mecanismo democrático que aliente y facilite la participación directa o indirecta de sus habitantes en las decisiones públicas. Independientemente del mecanismo de gobierno elegido por su población, al ente le compete la responsabilidad de edificar, sostener el bienestar y la justicia, esa es la obligación primordial y la razón de ser de su autoridad política.

Por lo tanto, los organismos del poder municipal, pertenecen al Estado y encuentran su fundamento Constitucional en el Título IV del Poder Público, Capítulo I, de las disposiciones fundamentales, sección primera, de las disposiciones generales de la Ley Fundamental:

Ley Orgánica de Descentralización, Delimitación y Transferencia de Competencias del Poder Público. (2003). Gaceta oficial de la República Bolivariana de

Venezuela, N° 37.753 (Extraordinario), de fecha 14 de agosto. Distribución del Poder Público y División del Poder Público Nacional.

Art.136°: El Poder Público se distribuye entre el Poder Público Municipal, el poder Estatal y el Poder Nacional. El Poder Público Nacional se divide en Legislativo, Ejecutivo, Ciudadano y Electoral.

Bajo estos lineamientos, el Poder Público Municipal está conformado por los municipios y las entidades locales, tales como las parroquias, las mancomunidades y los distritos, lo ejercen dos ramas: el Poder Ejecutivo y el Poder Legislativo. El Poder Ejecutivo, ejerce el gobierno y la administración del Municipio y está a cargo de un Alcalde, elegido mediante sufragio. Por su parte, el Poder Público Estatal, es el que corresponde a los Estados como entidades autónomas e iguales en lo político, con personalidad jurídica. Es ejercido por dos ramas, el Poder Ejecutivo y el Poder Legislativo. El Poder Ejecutivo, es a quien concierne el ejercicio de las funciones de gobierno y administración de cada estado, cuyo titular es un Gobernador elegido por voto popular.

Por su parte, el Poder Público Nacional que opera en todo el ámbito territorial, está dividido en cinco poderes: representados por la Asamblea Nacional (Legislativo), el Presidente de la República (Ejecutivo), el Tribunal Supremo de Justicia y demás tribunales (Judicial), el Ministerio Público (Ciudadano) y el Consejo Nacional Electoral (Electoral). Estos dos últimos poderes fueron incorporados en la normativa Constitucional aprobada en el año 1999. Cada uno de estos poderes públicos debe asumir una mayor comunicación con los ciudadanos, encargados de diseñar, planificar y ejecutar una serie de políticas gubernamentales que garanticen la efectividad de los diferentes servicios que le brindan a la población.

En ese contexto, los organismos municipales es donde radica el deber ser, más cercano a la población, con el principal objetivo de velar por la eficiencia y eficacia en la prestación de los diversos servicios que ofrece tales como la ejecución obras, ayudas económicas, becas de estudios, participación ciudadana en las políticas públicas a través de canales adecuados para interactuar con los habitantes, además de conocer su problemática, establecer ese vínculo servidor público y beneficiario; esto les permitirá identificar las fallas, conocer cada una de las necesidades de la sociedad y actuar de forma determinante.

Evidentemente, el individuo a través de este proceso de reconocimiento de la estructura formal de los poderes públicos, aprende nuevas normas, valores, construye su propia identidad social y profesional; y como miembro en esa interacción con otros, se considera un componente fundamental en la cultura organizacional. Ser parte de una institución significa

estar apegados a sus lineamientos, además, esa cultura permite que un ente sea incomparable a las demás, debido a que todas esas prácticas y cualidades se conservan específicamente dentro de la organización y crear sentido de pertenencia, identifica a los trabajadores y consideran únicos entre los demás.

Del mismo modo que la cultura, el clima organizacional también tiene características en una empresa, repercuten en su ambiente que se ve afectado de forma positiva o negativa y que se traducen en un comportamiento que tiene consecuencias sobre la compañía (productividad, bienestar, satisfacción, entre otras), es decir, esa percepción que tienen los empleados sobre diversos factores que intervienen en la dinámica laboral, como la comunicación, ambiente de trabajo y los recursos técnicos disponibles para realizar las funciones asignadas.

Un clima organizacional está directamente relacionado con una buena cultura organizacional, es un tema que se ha convertido en los entes públicos en un factor indispensable, ya que identifica los focos de problemas, incomodidades, orientado a buscar estrategias que fortalezcan las relaciones con el entorno y los procesos laborales. El manejo de las informaciones que puedan ser difundidas en el área comunicacional, impulsarán acciones ciudadanas con el propósito de mantener la democratización y participación activa de su entorno para expresar su opinión y mantener ese dialogo robusto.

Resulta evidente, que la comunicación es un elemento esencial para la vida de las organizaciones. Como sustenta Andrade (1991), “La comunicación es consustancial a cualquier forma de relación humana, también será consustancial a la organización. No es posible imaginar una organización sin comunicación”. (p. 30).

Sin embargo, a las municipalidades les conviene cambiar el modo de pensar y hacer, considerando que los cambios son más lentos y coexisten viejas prácticas gerenciales con las nuevas maneras de gestión. En este sentido, debe existir una transición hacia la planificación vital, una nueva forma de comunicación viable y someter a través del departamento de Recursos Humanos, la creación de un perfil por competencias que debe tener el ente comunicador; que será al inicio una inversión pero con el tiempo, se retornará en un evolución para el organismo; además, se deben profundizar las funciones hacia soluciones que amplían

las capacidades de cubrir más y mejor las estrategias comunicacionales para con su público externo.

Según Manucci (2007), sostiene que:

El desarrollo y avance de nuevas tecnologías interviene en gran medida en la formación y práctica de la comunicación que se da en el contexto organizacional. Asimismo, influyen las dinámicas organizacionales en cuanto a cambios en los modos de producción y comercialización, las reestructuraciones financieras, las fusiones empresariales, el surgimiento de nuevos sectores de demanda social, las crisis, la importancia del medio ambiente y la competitividad. (p. 51)

En esta perspectiva, la administración pública se ha basado durante un largo tiempo en acciones de control y gestión, este tipo de labores tenían sentido en el contexto tradicional donde eran casi frecuentes, pero en la actualidad carece de valor, incluso interfiere en el desarrollo sobre la interacción de como transmitir el mensaje, las acciones que se toman al respecto y el alcance que pueden llegar a tener en solo unos minutos.

Por lo tanto, los principales afectados son ese público externo, que no reciben una comunicación asertiva oportuna por parte de las entidades; aun cuando existe esa figura del comunicador, no propicia dicha información, lo que trae como consecuencia una enorme brecha entre ambos, sin embargo, el ente lo que busca es una proyección de su gestión hacia afuera y para eso necesita un verdadero desempeño de las funciones del periodista que no están bien definidas ya que solo se basan al momento de contratarlo en que tenga un título universitario y nada más.

Dentro de este contexto, la institución pasaría a un segundo plano y no sabrá donde están las verdaderas necesidades, mucho menos podrá solucionarlas, se aislaría de su principal objetivo que es la vocación de servicio y se forma una resistencia al cambio y apego a modelos administrativos públicos acostumbrados.

Los cambios sociales producidos por la revolución tecnológica han posicionado a herramientas como el “internet, la web y las redes sociales”, en la cultura contemporánea como parte de la nueva “sociedad red” creada por Castells (1999), lo que lleva a conformar

una sociedad más interconectada pero ahora mediante nuevas y más avanzadas formas de vinculación social. (p.67).

Es por ello, que el comunicador social deberá asumir su adaptación al cambio en las necesidades profesionales del entorno laboral, es decir, debe tener la capacidad de responder a demandas complejas y llevar a cabo diversas tareas en forma adecuada. Además de desarrollar una serie de habilidades prácticas, de conocimiento, motivación, valores éticos, actitudes, emociones y otros componentes sociales, que se movilizan conjuntamente para lograr esa relación de forma efectiva con sus públicos externos, que deben estar sustentados en un perfil por competencias.

No obstante, para que todo lo antes expuesto se pueda producir debe existir una comunicación asertiva oportuna, que es una forma de expresión consciente, congruente, clara, directa y equilibrada, sin alterar la información y cuya finalidad sea transmitir las ideas, sin la intención de perjudicar al otro, actuando desde un estado interior de autoconfianza, que tienen efecto sobre el comportamiento comunicativo, esto denota la responsabilidad del comunicador y percepción de control sobre lo que se transmite.

En ese contexto, las instituciones del poder municipal a través del departamento de Recursos Humanos no poseen un perfil por competencia y por ende los comunicadores sociales que ocupan los cargos públicos, no les establecen una descripción de sus responsabilidades, trayendo como consecuencia que la comunicación que ejecutan sea mecánica, viéndose afectada al no existir ese intercambio oportuno entre el organismo y su público externo; acarreando como resultado el incumplimiento de las metas y objetivos.

Se debe tomar en cuenta, que para que la institución cuente con buenos potenciales a corto plazo, debe incorporar un perfil por competencias y adecuar las habilidades y conocimientos de los comunicadores, en aras de superar las perspectivas con respecto a los intereses reales del ente. Pero para que se lleven a cabo cada una de las acciones antes mencionadas, es importante tomar en cuenta un modelo conciso, fiable y efectivo para predecir el éxito del periodista en su puesto dentro de una organización pública.

Es por eso que esta investigación aspira, a través del perfil por competencias del comunicador social, fomentar la comunicación asertiva con su público externo, en los

organismos del poder Municipal en el estado Carabobo, específicamente en el municipio Naguanagua, con el objetivo de dar un aporte teórico - práctico a la comunicación social y entidades públicas. De acuerdo a lo anteriormente planteado, se generan la siguiente interrogante: ¿En qué medida la creación de un perfil por competencia del comunicador social consolidaría la comunicación asertiva entre la institución y sus públicos externos?

1.2 Objetivo de la Investigación

A los efectos de la presente investigación, los objetivos planteados son los siguientes:

1.2.1 Objetivo General

Proponer el perfil del comunicador social basado en competencia para fomentar la comunicación asertiva con sus públicos externos.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar el proceso de comunicación del organismo del poder municipal con sus públicos externos.
- Identificar los factores internos que inciden en la contratación del personal y la comunicación interna del personal directivo con sus funcionarios públicos.
- Diseñar el perfil profesional de competencias necesarias para fomentar la comunicación asertiva que debe tener con sus públicos externos.

1.3 Justificación de la investigación

La relevancia de este trabajo de investigación, se basa en la necesidad de diseñar un perfil de competencias para los profesionales de las ciencias sociales y fortalecer el desarrollo del ente público, ya que no existe un perfil por competencias, ni un rol realmente claro en la actuación del ejercicio de relevancia social. La sociedad ha transformado las formas en que el comunicador se vincula con la realidad, ampliando su eje de gestión en diversas áreas de desempeño.

Frente a este panorama actual, al hablar de comunicador se describe esa labor de creación de conocimiento, de incorporación de nuevos saberes y herramientas para el

reconocimiento y la intervención en las prácticas sociales, lo que permite servir como medio para contribuir en la vida de sus públicos externos, para desentrañar y comprender mejor cada una de sus realidades y para aportar a la construcción de una sociedad.

Las instituciones públicas deben convertirse más competitivas y complejas, para la creación y difusión de sus proyectos, noticias, proyección de presupuesto y diversas actividades; lo que amerita la necesidad de contar con una persona competitiva que interprete las informaciones y sepa extraer lo más relevante, para trasmitirlo a ese público externo. Es por ello, que contar con un periodista integro, es pieza clave para que a través de la comunicación asertiva mantenga ese vínculo de credibilidad y proyección de la organización.

Asimismo, esta investigación aporta las características que deben tener los profesionales que ejercen la comunicación e identificar las fortalezas y debilidades, así como también, se deben romper paradigmas de encasillar al periodista que solo debe desempeñarse es en un área en específico como, por ejemplo, en un periódico. Actualmente, el perfil del comunicador está evolucionando constantemente, desempeñando cargos trascendentales y abarcando espacios inéditos, hasta de alta gerencia.

Por su parte, las sociedades deben de entender que es a partir de la comunicación donde se construye una agenda propia que inicia desde la investigación y producción, que apunta hacia las transformaciones que se desean en el ámbito gubernamental, donde la participación y la democracia generan políticas públicas, es decir, una forma de representación social básica de la vida de las relaciones humanas y socioculturales.

Para que, el comunicador social sea el generador de alternativas para el intercambio entre el organismo y su público externo de manera creativa, ética y responsable, debe poseer el compromiso de aportar para el desarrollo de una verdadera vocación de servicios, que debe de fortalecerse mediante la comunicación asertiva, con el propósito de seguir en constante desarrollo y evolución de la mano de quienes integran los gobiernos municipales.

1.4 Limitaciones y Factibilidades de la investigación

La actual investigación es completamente viable, ya que surge como interés necesario de la investigadora, que las instituciones públicas del poder municipal en el estado Carabobo,

cuenten con profesionales de las ciencias sociales con un perfil por competencias que describan cada una de las destrezas y características que deben tener para afrontar hoy en día los acontecimientos que ocurren en la municipalidad, que va más allá de contar con el talento humano, sino que logre fortalecer ese vínculo, lo que les permitirá tener ese empoderamiento comunicacional entre su principal razón de servicio que es su público externo.

Como complemento, se cuenta con el acceso a los organismos, a los directivos públicos del Departamento de Recursos Humanos y alta gerencia y a su público externo, que son pieza fundamental para esta investigación, para su posterior aplicación de diversos instrumentos previstos para el diagnóstico y recolección de datos y finalmente la creación del perfil por competencia.

Es importante destacar, que se cuenta con el tiempo necesario para realizar dicho estudio a corto plazo. En esta perspectiva, no se consideran ningún tipo de limitaciones para llevar a cabo esta indagación con éxito, sabiendo que todos los cambios en las organizaciones deben de ir de la mano de la vanguardia e innovación. El perfil profesional no se limita únicamente en la cantidad de conocimientos teóricos, sino también de una formación integral, tanto práctico, ético y moral, además de un buen desenvolvimiento profesional.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El marco teórico consiste en una descripción detallada de cada uno de los elementos que será utilizado en el desarrollo de la investigación, implica exponer y analizar las teorías, las conceptualizaciones, perspectivas teóricas, investigaciones y antecedentes en general que se consideren válidos para el objeto de estudio. Según Palella y Martins (2012) “El marco teórico es el soporte principal del estudio. En él se amplía la descripción del problema, que permite integrar la teoría con la investigación y establecer sus interrelaciones” (p.62).

Asimismo, el Manual para la Elaboración, Inscripción, Presentación Defensa del Trabajo Especial de Grado, Trabajo de Grado y Tesis Doctoral de la Universidad José Antonio Páez (2014), define el marco teórico como:

Antecedentes de la investigación, que son documentos y demás fuentes que fundamenten el trabajo de investigación, bases teóricas, bases legales, definición de términos (cuando sea necesaria) y sistema de variables o categorías del estudio (de acuerdo al tipo o modalidad de la investigación), en caso de estudios correlacionales o de corte explicativo se incluirá el sistema de hipótesis. (p.14)

2.1 Antecedentes de la Investigación

Todo trabajo de grado debe sustentarse con estudios de la misma naturaleza del que se procura realizar y que permita la profundización en el desarrollo del mismo. En relación a las investigaciones examinadas se pudo detectar que hay estudios relacionados con el tema, los cuales se especifican a continuación:

Antecedentes Internacionales

Massoni. (2016). Artículo titulado: Avatares del Comunicador Complejo y Fluido del Perfil del Comunicador Social y otros devenires. Universidad Iberoamericana Puebla, México. Para optar por el título de Magister en Comunicación y Cambio Social. Basada en los caminos nuevos de relación y colaboración entre la sociedad, la universidad y las políticas públicas, incorporando de modo operativo a la población en general, a los agentes sociales y a las organizaciones en la definición de prioridades, la planificación de actividades y la evaluación de resultados en proyectos.

Para lograr transformaciones que dan lugar al crecimiento de estas nuevas perspectivas comunicacionales, es específicamente en el despliegue sistemático y riguroso de las conversaciones de la cultura organizacional; en la profesión del comunicador, en tanto la comunicación estratégica promueve el rebase de la dimensión informativa en las rutinas profesionales del periodista, del relacionista público, del comunicador organizacional y al hacerlo habilita la consideración de la complejidad del mundo y de su aporte al encuentro sociocultural situado. La comunicación estratégica es, entonces, una invitación a repensar las formas de pensamiento y de acción comunicacional hoy dominantes. Es esta una perspectiva abierta a la multidimensionalidad propia del fenómeno de la comunicación.

Por consiguiente, este artículo arbitrado fue tomado como referencia para la presente investigación por centrar un análisis del perfil que debe tener un comunicador social como pieza fundamental en la comunicación estratégica y su significativo aporte a la profundización de la democracia participativa a partir del diagnóstico y la operación de los distintos tipos de encuentros con la colectividad. Enfoques afines entre ambas partes.

Quintanilla. (2016) en su tesis de grado titulada: Gestión por competencias y desempeños laborales en las municipalidades de Ayacucho. Presentada en la Universidad Alas Peruanas, para optar por el título de magister en investigación administrativa. Se basó la investigación en la nueva concepción para los directivos y trabajadores de las municipalidades de Ayacucho, que deben de adecuarse a las exigencias del contexto y los cambios, siendo necesario adaptar todo un sistema de gestión por competencias en busca de la excelencia organizacional, debido a la influencia significativa de ésta en los desempeños laborales.

Este trabajo está íntimamente ligado a esta investigación ya que en ambos se debe tener establecidas cuáles son las habilidades y destrezas, capacidades para el manejo de la tecnología aplicada, capacidades para el trabajo en equipo, fomentar el desarrollo de la creatividad e iniciativa, capacidades para el desarrollo de proyectos, para tomar decisiones de riesgo, orientar adecuadamente las actitudes y conductas, la práctica de valores institucionales y la capacitación por competencias. Es decir, encaminar su accionar hacia un perfil por competencias como estrategia de desarrollo y cambio en instituciones públicas, donde influyen directamente en el desempeño laboral de los profesionales.

Martínez. (2014), en su Tesis de grado titulada El Perfil por Competencias del Docente de Estudios Generales Letras de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Presentado en la Universidad Católica del Perú, para optar por el título Magíster en Política y Gestión Universitaria. La presente investigación fue de carácter descriptiva afianzada a través de una propuesta, un primer acercamiento, que resultó fundamental que pasara por un proceso de socialización, discusión y validación, de tal manera que quedaron abiertas las correcciones y adecuaciones necesarias.

Es por ello, que de esta manera se convierte en un instrumento que contribuye a alcanzar los objetivos de Estudios Generales Letras. Una vez validado el perfil, se trabajó en un conjunto de indicadores que garantizaron la presencia de las competencias que integren dicho perfil. Ese conjunto de indicadores fue básico para la construcción y afinamiento de instrumentos de medición como encuestas y autoevaluaciones.

Evidentemente, esta investigación es pertinente en la presente tesis de grado, por tratarse de la elaboración de una propuesta de perfil, que coincide con el mismo caso de estudio. Además, se consideró como tema central de estudio la comunicación institucional, el perfil profesional y la empleabilidad, para así poder determinar características, actividades diarias y disponibilidad del mercado laboral.

Antecedentes Nacionales

Kaisery y Amador. (2015), en su trabajo de grado titulado Perfil por Competencias del Cuerpo Directivo de la Empresa C.A. Hidrológica del Centro, desde el Enfoque de Gerencia Pública. Presentado en la Universidad José Antonio Páez, para optar por el título de Magister

en Gerencia de la Comunicación Organizacional. El trabajo de investigación fue de carácter descriptivo, apoyado en la modalidad de campo, su población estuvo constituida por 17 gerentes escogidos de manera intencional, de la nómina del cuerpo directivo.

Ejecutaron una guía de entrevistas constituidas por 4 preguntas dirigidos a expertos, la validez de contenido de los instrumentos de recolección de la información se estableció mediante el juicio de expertos y la confiabilidad del cuestionario se calculó a través del coeficiente de Kuder Richardson, los resultados evidencian competencias de los directivos desde el enfoque de liderazgo, trabajo en equipo, iniciativa y credibilidad. Consideraron que tales competencias podrán perfilar lo que puede denominarse del perfil básico de los directivos y por ende adecuarse a cualquier cultura organizativa del sector gubernamental.

De este modo, esta tesis de grado fue utilizada de referencia del presente trabajo de investigación por el mismo objetivo en común de desarrollar un perfil competitivo del personal directivos de una institución pública, como principal fuente de estudio; basados en entrevistas a expertos y en la aplicación de encuestas. Ambas investigaciones se basan en una propuesta de perfil por competencia en instituciones públicas.

Zavala. (2013). En su trabajo de grado titulado Perfil Académico Profesional de Competencias Específicas para la Licenciatura en Educación Informática en la Universidad Panamericana del Puerto. Presentado en la Universidad Panamericana del Puerto, para optar por el título de Magister en Desarrollo Curricular. Se fundamentó la investigación atendiendo a los cambios que supone la incorporación de un talento humano con competencias en el dominio de las tecnologías de la información y la comunicación. El proceso investigativo estuvo enmarcado bajo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo apoyado en una investigación de campo. La metodología correspondió al modelo para diseñar el perfil académico profesional por competencias propuesto por Canquiz e Inciarte. De seis fases, se contextualizaron cinco para determinar el diseño del perfil de competencias específicas.

Se realizó un proceso deductivo de una revisión bibliográfica y documental que generó la quinta fase referida a una matriz de análisis de contenidos y competencias como instrumento de recolección de datos, el cual fue validado por expertos del área. La población estuvo conformada por documentos que constituyeron el universo de indagación y cinco

sujetos informantes claves como muestra representativa basada en perfiles académicos del contexto considerando ciertos criterios de selección. Se recomendó a la Universidad Panamericana del Puerto considere la formación y capacitación de un docente especialista en el área tecnológica, con competencias para emprender actividades relacionadas con la aplicación y promoción en los diversos ambientes educativos.

El aporte principal de este estudio a la presente investigación es que obedece a una exploración de campo de carácter descriptivo y establece el perfil profesional de competencias específicas de un profesional, partiendo de un proceso análisis documental asociados al ámbito de analizar su contenido, a través de la reconstrucción de la información se estableció un perfil de egreso conformado por competencias específicas del cual se asemeja al objetivo principal de este trabajo.

2.2 Bases Teóricas

Para sustentar este trabajo de investigación fue necesario citar contenidos teóricos que le proporcionen mayor validez, tomando en cuenta la importancia de estos y su contribución en esta búsqueda. Por su parte Arias (1999), enfatiza que “Las bases teóricas comprenden un conjunto de conceptos y proposiciones que constituyen un punto de vista o enfoque determinado dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado”. (p.107).

2.2.1 Comunicación

La comunicación permite la transmisión de ideas y señales entre los seres humanos, a través de este acto el individuo se desarrolla en diferentes aspectos de su vida y evoluciona, el hombre sin comunicación sería un ser aislado de la realidad, debido a que ésta es un factor esencial de convivencia y lo mantiene integrado a su contexto y a sus semejantes. Cabe destacar que se debe mantener el intercambio constante entre las partes.

Según Pascuali, (1980):

La comunicación ocurre cuando hay interacción recíproca entre los dos polos de la estructura relacional (Transmisor-Receptor), realizando la ley de bivalencia, en la que todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor. Es la correspondencia de mensajes con posibilidad de retorno mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad. Los únicos entes

capaces de presentar comportamientos comunicacionales y sociales, de transmitir y recibir intelectual y sensorialmente son los seres racionales. (p.47)

De igual manera, Dance (1973) refiere que:

La comunicación es el estudio de la teoría y principios, del origen, emisión, recepción e interpretación de mensajes independientemente de la cantidad y de la calidad de mensajes emitidos. La comunicación es ejercida a través del habla mediante un simbolismo vocal, y apoyada por un simbolismo no verbal observable que refuerza o no, la credibilidad del enunciado transmitido. (p. 391)

La comunicación permite la transmisión de ideas y señales entre los seres humanos, a través de este acto el individuo se desarrolla en diferentes aspectos de su vida y las sociedades evolucionan, un hombre sin comunicación sería un ser aislado de la realidad, debido a que ésta es un factor esencial de convivencia y mantiene al hombre integrado a su entorno y a sus semejantes.

2.2.2 Proceso de Comunicación

El proceso comunicativo más complejo es el que desarrollan los seres humanos. En este caso, la comunicación comienza con una actividad psíquica: el mensaje surge del pensamiento y se plasma a través del lenguaje. En el desarrollo de la comunicación, entran en juego las habilidades psicosociales del individuo para comunicar y para que todo mensaje llegue a su destinatario debe pasar varias etapas para que cumpla su finalidad.

Berelson y Steiner (1990) definen, que los componentes fundamentales que intervienen en el proceso de comunicación se corresponden con:

El emisor (hablante): es el que elabora el mensaje con una intención, desarrolla la idea que desea transmitir, la planifica y la proyecta de acuerdo a su propósito y codifica la información usando símbolos cuyos significados coinciden con los del receptor. El receptor (oyente): es quien recibe la información o mensaje, lo descodifica, lo interpreta y lo convierte en información significativa. También recibe el nombre de destinatario. El mensaje: es el conjunto de signos que comunican algo, es el contenido de la comunicación.

Así como también, el canal: que es el medio por el que se transmite el mensaje. Según la selección que haga el emisor puede ser: teléfono, correo electrónico o postal, memorando, mediante la palabra oral o escrita. Nótese que la riqueza del canal depende de las facilidades que proporciones para utilizar muchas vías de manera simultánea (palabras, gestos, posturas, etc.) y la retroalimentación inmediata, verbal y no verbal. En dependencia del tipo de mensaje el emisor seleccionará el canal, un mensaje rutinario y admite canales de poca riqueza, pero un mensaje complicado y ambiguo es susceptible de ser mal interpretado, por lo que requiere el empleo de los canales más significativos.

El ruido: Conjunto de factores no planificados que pueden interrumpir o interferir en la correcta interpretación del mensaje. La retroalimentación: Es el proceso inverso que expresa la reacción que sobre el receptor provocó el mensaje enviado por el emisor, y da a conocer como este ha revelado el sentido de la información recibida, es decir, si el mensaje logró el efecto deseado. (p.112)

Es de suma importancia un buen proceso de comunicación en toda organización, ya que depende del tipo de relación que exista entre el emisor y el receptor, el interés que haya de ambas partes en los temas a tratar y la voluntad que cada uno tenga en desempeñar su rol con efectividad. Del mismo modo, la comunicación puede evolucionar y pasar por diferentes fases cuando los resultados son satisfactorios, un mensaje que comienza siendo oral puede dar lugar a uno gestual, sonoro, visual o escrito, y trascender en tiempo y espacio.

2.2.3 Tipos de Comunicación

La comunicación beneficia a todos los miembros de organización, pues les permite ampliar sus experiencias y desarrollar información relevante, la cual facilita los intentos de alcanzar tanto sus metas individuales como las del ente, al permitirles interpretar los cambios y, en último lugar, animándoles a coordinar la satisfacción de sus competencias para el cumplimiento de sus responsabilidades específicas, siempre cambiantes. Es por ello que existen dos tipos de comunicación la interna y externa que se detallaran a continuación:

Para Castro (2012), enfatiza:

La comunicación interna se refiere a los procesos comunicativos que se llevan a cabo dentro de una organización, es decir, aquella que busca el logro de los

objetivos organizacionales a través de mensajes que fluyan de manera eficiente en el interior, de relaciones satisfactorias entre sus miembros. (p.9)

Mientras que para Esteban (2008) define a la comunicación externa como la transmisión de información fuera de la empresa, destinada a los públicos externos de la organización (consumidores, distribuidores, prescriptores, prensa, grupos de interés, entre otros). Dicho de otra forma, es la comunicación dirigida de forma masiva a los públicos que no se encuentran en la organización; consiste en relacionarse al mismo tiempo con un gran número de receptores mediante la utilización de los medios masivos, limitando de alguna manera la posibilidad de interacción directa entre el emisor y receptor. (p. 152) En este sentido el autor generaliza el esfuerzo comercial y publicitario con este tipo de comunicación, impulsando una imagen corporativa adecuada al exterior de la empresa, mediante el fortalecimiento de sus valores organizacionales.

Sanz (2005) la relaciona de igual manera que Esteban (2008) a la comunicación masiva que emite la organización, definiéndola como aquella que se origina en la corporación y tiene como destinatario a sujetos ajenos a la misma. Ésta adapta diferentes formas y puede hacer uso de diferentes herramientas e instrumentos de comunicación, dependiendo de la finalidad perseguida y a la naturaleza y características del mensaje a emitir, determinando el proceso los destinatarios o emisores del mismo.

Mientras que Rebeil (2010), sostiene:

La comunicación externa es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos; a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios. (p.26)

Y para Pizzolante (2004):

La comunicación interna o corporativa define situaciones en donde dos o más personas intercambian, comulgan o comparten principios, ideas o sentimientos de la empresa con visión global. (p. 282)

Las organizaciones requieren que desarrollen estrategias de comunicación para todo el personal, ya que esto permite mejor confianza, empatía y sobre todo conocer los aspectos emocionales que experimenta sus compañeros de trabajo en sus áreas de trabajo. Analizando las definiciones de los autores antes expuestos, sus criterios se

alinean considerando los tipos de comunicación interna y externa como una herramienta, proceso o mecanismo muy importante para el funcionamiento de las empresas y como procesos sociales, como una disciplina, y como un conjunto de técnicas y actividades. Y que además la comunicación se ha convertido en uno de los ejes centrales de las organizaciones, ya que por medio de ella existe una mejor relación explícita entre actores internos y lo que reflejan hacia los públicos externos.

2.2.4 Comunicación Asertiva

Al hablar de la comunicación asertiva debe existir esa información influenciada por la concordancia de los objetivos establecidos en la organización, que se extrae desde lo semiológico en la medida que parte de un lenguaje cargado de sentidos, lo psicológico como comprensión del aparato psíquico humano y lo social como aquel entorno en donde se lleva a cabo el acto comunicativo, en la medida que sea oportuna y que exista reciprocidad cumplirá su función.

Para Yagosesky (2011), define la comunicación asertiva como:

Un estilo vincular a través del cual las personas expresan sinceramente lo que sienten, revelan lo que quieren y no quieren, y defienden como si fuera necesario sus legítimos derechos... al respecto señala, que la asertividad funciona, pues impide la manipulación y es un elemento clave de las relaciones negativas, que se evidencia cuando se obliga a otros a hacer lo que no desea hacer. (p. 48).

En este orden de ideas, es la capacidad que tiene el individuo para expresar sentimientos, opiniones o ideas a las demás personas sin llegar a la agresividad, respetando a la otra persona, al mismo tiempo que se niega a hacer algo que no desea hacer o que considera injusto. No levantas la voz, no muestras ira, y trata de resolver el conflicto teniendo en cuenta los deseos de ambas partes, buscando compromisos y soluciones.

Para llevar adelante una comunicación asertiva, es necesario poder decir las cosas tal cual como son sin alterar la información, tomando en cuenta que el mensaje no debe ser mal interpretado por las personas, ya que se origina en el subconsciente, es decir, que la comunicación asertiva viene desde la mente subconscientemente. En realidad, cuando se

comunica asertivamente, se está dando a entender clara y concretamente el punto de vista y lo que se quiere transmitir.

2.2.5 Perfil Profesional

A lo largo del tiempo los profesionales se enfrentan a diversos problemas económicos, sociales y sobre todo a las demandas de trabajo, incluso del perfil que debe tener para poder obtener el empleo, pero es indispensable tener claro las características establecidas de la organización sobre las cualidades para que la persona sea reconocida por la sociedad como tal competitivo, asignándole responsabilidades para las que se le supone que está capacitado.

Fanfani (1996) sustenta:

El perfil profesional a todas aquellas características que reúne un individuo en determinado campo profesional, implica la enseñanza no sólo de saberes teóricos y prácticos sino del modo de desarrollar las tareas en un contexto social específico. Ser profesional implica ser competente en un campo de saberes teóricos y prácticos especializados que son utilizados o demandados por la sociedad, adquiridos a través de un extenso proceso de aprendizaje que acredita la posesión de ciertas aptitudes. (p. 17).

2.2.6. Perfil por Competencias

El perfil por competencia se fundamenta en gestionar estratégicamente el recurso humano significa alinear a cada una de las políticas de Recursos Humanos con el objetivo organizacional, buscando la formación de ventajas competitivas, e incorporar una serie de capacidades alineadas a lo que se persigue y el compromiso de cada trabajador, lo cual irá en beneficio productivo de la empresa.

Para Spencer y Spencer (1993) soportan que:

Las organizaciones se mueven en un contexto que las obliga a ajustar sus metas y objetivos en forma permanente, se hace necesario derivar desde un modelo estático con énfasis en aspectos descriptivos generales de los cargos, hacia un modelo dinámico con énfasis en las conductas específicas que dan cuenta del cumplimiento de las responsabilidades del cargo y que son las que se requieren para el éxito del negocio. (p. 57).

Sobre la base de este pensamiento se erige fundamentalmente la concepción de los perfiles de cargo por competencia a desarrollar. Diversos autores han coincidido con lo anteriormente planteado, sustituyendo los antiguos perfiles de cargo que hacían énfasis en el contenido del puesto (especificando sus funciones y tareas); por una nueva concepción, los actuales perfiles de competencia que se centran más bien en las responsabilidades y actuaciones que debería tener el individuo para desempeñar exitosamente su trabajo bajo una situación contextualizada.

Los perfiles jugaron en su momento un papel muy importante en la formalización de los contenidos laborales, lo cual permitió que cada trabajador supiese el contenido de su ámbito laboral evitando la incertidumbre de desempeño. Sin embargo, en la actualidad los profesiogramas o perfiles de puesto tradicionales, son más adecuados para tareas repetitivas propias del nivel operativo en una institución.

Para los niveles comunicacionales suelen ser más adecuados los perfiles de competencia. Esto se debe principalmente a que hoy en día existe una tendencia marcada a la formación de puestos de trabajo polivalentes o de multihabilidades, por lo cual, es preciso que los profesiogramas, perfiles de puestos o perfiles de competencia, se correspondan con esta tendencia de tal manera que no se traduzcan en una camisa de fuerza o traba legal, sino un rango flexible o marco referencial de perfil amplio, propiciando el enriquecimiento del desempeño o trabajo, tanto en su vertiente horizontal como en la vertical.

2.2.7 Perfil del Comunicador Social

La comunicación social comparte en común con varias ciencias, y estudia otras como ejes transversales, el perfil de cargo, específicamente del comunicador social que se encasilla en una precisa área. Aguirre (1998), lo establece como perfil de los comunicadores sociales:

- I. Campo laboral: periodismo impreso
- II. Campo laboral: comunicación radiofónica
- III. Campo laboral: cine/video
- IV. Campo laboral: comunicación televisiva
- V. Campo laboral: comunicación publicitaria

VI. Campo laboral: comunicación organizacional

VII. Campo laboral: profesiones emergentes”. (p. 40).

En esta perspectiva, las profesiones podrían constar una variedad de ellas, pero dependería del perfil para elegir cuál sería el campo a seleccionar, encontrando un equilibrio con respecto a la empleabilidad y empleo satisfactorio. Se entiende que la persona que desea ejercer en esta rama, tiene una vocación formada con anterioridad, apego a las letras, inclinación por investigar problemas sociales, paciencia, gusto de analizar y sintetizar en forma objetiva la realidad social, política y cultural de una comunidad entendida como sociedad.

La calidad de profesionales que ejercen la comunicación o se encuentran en proceso de formación, en gran medida son resultado directo de las instituciones de educación superior. Así lo soporta Abatedaga (2008):

“La comunicación institucional constituye un área general descuidada por la escuelas y facultades de comunicación” (p. 119). Es decir, la formación de los comunicadores sociales está más inmiscuida al desarrollo del periodismo para medio de comunicación, por lo que para la mayoría de profesionales es necesario buscar postgrados o especializaciones.

Las características profesionales se pueden entender de manera más práctica y didáctica al definir que es un perfil profesional, por lo tanto, es muy útil el estudio y análisis del siguiente concepto. Gil (1994):

“El perfil de cargo expresa tanto las características pretendidas por el empleador, como las exigencias del mercado ocupacional en términos de los requisitos que definan conocimientos. Es la definición que reúne todos los requerimientos de formación (ocupacional, académicos y de personalidad), ejemplificados en la fórmula: Perfil Académico + Perfil Ocupacional + Perfil de personalidad = Perfil Profesional” (p.119).

2.2.8. Modelo Conductual de Mertens

El tema de las competencias surge a fines de la década de los sesenta, como respuesta a la búsqueda de una técnica para mejorar la coordinación entre los sistemas de educación-formación, y las necesidades concretas del mundo laboral. Esta situación obligó a modificar la estructura de los mercados de trabajo, la gestión, y la organización de los sistemas

productivos. (Mertens, 1996). Existen distintos modelos para determinar las competencias, sin embargo, que no existe un método único para identificar y analizar las competencias, ya que la implementación de ésta dependerá de cada organización.

Tal es el caso del modelo conductual, el cual se centra en las personas con desempeño superior, se orienta hacia aquellos trabajadores que hacen bien su labor y que sus resultados son los esperados por la empresa, para determinar sus características y sus competencias con la finalidad de definirles un puesto. En este tipo de análisis las competencias claves tienen una decisiva influencia en el desarrollo del puesto de trabajo y en el funcionamiento de la organización, ya que buscan el elemento central de la competencia. Para este modelo el concepto de competencia es definido como: “la capacidad real para lograr un objetivo o resultado en un contexto dado”. (p. 61).

Desde esta perspectiva los objetivos y funciones de la institución no se deben formular desde un sistema cerrado, sino en su relación con el entorno; en consecuencia, la función de cada empleado público debe entenderse no sólo en su relación con el entorno de la empresa, sino que él también constituye subsistemas y donde cada función es el entorno de otra. Este modelo se basa en la medición de resultados, para identificar el principal objetivo de la organización y el área de ocupación, es decir, parte de un objetivo principal, hasta llegar a identificar la competencia.

La característica principal de este modelo es que, además de centrarse en los resultados del trabajador, identifica y describe de forma concreta las funciones claves y los fundamentos de la actividad productiva, lo cual permite la movilidad de las funciones hacia realidades laborales semejantes.

2.3 Bases Legales

El presente trabajo fue sustentado legalmente por artículos específicos de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, la Ley Orgánica de Descentralización, Delimitación y Transferencia de Competencias del Poder Público y el Código de Ética del Periodista; donde se destacan los siguientes aspectos resaltantes para esta investigación:

2.3.1 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Publicada en Gaceta Oficial N° 5.908 extraordinario, de fecha 19 de febrero de 2009.

Art. 141°: La Administración Pública está al servicio de los ciudadanos y ciudadanas y se fundamenta en los principios de honestidad, participación, celeridad, eficacia, eficiencia, transparencia, rendición de cuentas y responsabilidad en el ejercicio de la función pública, con sometimiento pleno a la ley y al derecho (p. 95).

Para la investigadora, este artículo guarda relación con el presente trabajo, por referirse sobre la función primordial y vocación de servicio que tiene la administración pública, dejando explícito que están al servicio de las comunidades para el desarrollo económico, social, político y cultural; y que las mismas sean regidas por principios y normativas, que aseguren el funcionamiento adecuado.

2.3.3 Ley Orgánica de Descentralización, Delimitación y Transferencia de Competencias del Poder Público

Art. 3°: Es de la competencia exclusiva de los estados, conforme a lo establecido en la Constitución: la organización de sus Poderes Públicos, de sus Municipios y demás entidades locales y su división Política Territorial; la administración de sus bienes y la inversión del Situado Constitucional y demás ingresos que le correspondan, con sujeción a lo dispuesto en la Constitución y esta Ley; el uso del Crédito Público, con las limitaciones y requisitos que establezcan las leyes nacionales; la organización de la Policía Urbana y Rural y la determinación de las ramas de este servicio atribuidas a la competencia municipal; las materias que le sean atribuidas de acuerdo con los artículos 137 de la Constitución y 9° de esta Ley; y, todo lo que no corresponda, de conformidad con la Constitución, a la competencia nacional o municipal.

En este contexto, este artículo guarda relación con la indagación debido a que se estudia el perfil de competencias del comunicador social dentro de organismos del poder Municipal, describe el origen de dichas instituciones, así como también las competencias y servicios que deben ejecutar y finalmente de donde vienen los recursos que poseen para la ejecución de las actividades que están al servicio de sus públicos externos.

2.3.2 Código de Ética del Periodista Venezolano (1976). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 4.338.

Art. 1º: El periodismo es un servicio de interés colectivo y el periodista está en la obligación de ejercerlo consciente de que cumple una actividad indispensable para el desarrollo integral del individuo y la sociedad; y para garantizar el cumplimiento de lo establecido en el citado artículo, es de elemental importancia la existencia y aplicación de sistemas de control interno, a través de los cuales se desarrollen las tareas de control y registro en todas y cada una de las áreas, niveles y funciones de la organización. El sistema de control de registro de bienes y materiales constituye una de las formas a través de las cuales se lleva a la práctica el sistema de control interno de una determinada entidad de la administración pública.

Este renglón está íntimamente vinculado a la actual indagación, motivado a que su principal esencia recae sobre el comunicador social, sus deberes u obligaciones al servicio de la sociedad dentro de una organización pública donde, además, es el vehículo informativo entre ambas partes, sin dejar de un lado que depende del mismo para alcanzar la prestación del servicio oportuna.

2.4 Definición de Términos Básicos

Asertivo: Es la persona que posee la habilidad para expresar emociones y pensamientos, facilitando actuar en pro de los mejores intereses y derechos, sin infringir o negar los de los demás.

Capacitación: La capacitación es un proceso continuo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales. Puede ser interna o externa, de acuerdo a un programa permanente, aprobado y que pueda brindar aportes a la institución.

Comunicación: es el estudio de la teoría y principios, del origen, emisión, recepción e interpretación de mensajes independientemente de la cantidad y de la calidad de mensajes emitidos.

Comunicación asertiva: es una herramienta de la comunicación que favorece la comunicación eficaz entre interlocutores. Al ponerla en práctica estamos fomentando el respeto por uno mismo y respetamos a los demás.

Comunicador social: es una persona cuya profesión es el hacer eficiente la transmisión de un mensaje a un público objetivo a través de un medio de comunicación. También es quien realiza un trabajo social para informar, expresar y convencer, que puede ser en la radio, o en un canal de televisión, o en otro medio masivo de comunicación.

Competencia: El termino competencia hace referencia a características de personalidad, devenidas, comportamientos que generan un desempeño exitoso en un puesto de trabajo. Cada puesto de trabajo puede tener diferentes características en empresas y/o mercados distintos.

Gestión: Este término hace referencia a la administración de recursos, sea dentro de una institución estatal o privada, para alcanzar los objetivos propuestos por la misma. Para ello uno o más individuos dirigen los proyectos laborales de otras personas para poder mejorar los resultados, que de otra manera no podrían ser obtenidos.

Interacción: Acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, agentes, fuerzas, funciones, etc.

Instituciones públicas: empresas gubernamentales de permanencia, que se crean para el servicio al público.

Perfil: conjunto de competencias técnicas (conocimientos), metodológicas (habilidades), de relación (participativas) y personales (cualidades y actitudes) que permiten al/ a la trabajador/a social acceder a una organización concreta.

2.5 Operacionalización de variables

La operacionalización de las variables, permite convertir de acuerdo a sus características, las variables teóricas en variables empíricas susceptibles de ser medidas directamente de la realidad, permitiendo así su medición de manera práctica. Para Carrasco (2009), la define como:

Un proceso metodológico que consiste en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general a lo más específico; es decir que estas variables se dividen (si son complejas) en dimensiones, áreas, aspectos, indicadores, índices, subíndices, ítems; mientras si son concretas solamente en indicadores, índices e ítems. (p. 226).

Ahora bien, una variable es operacionalizada con la finalidad de convertir un concepto abstracto en uno empírico, susceptible de ser medido a través de la aplicación de un

instrumento. Dicho proceso tiene su importancia en la posibilidad que un investigador poco experimentado pueda tener la seguridad de no perderse o cometer errores que son frecuentes en un proceso de investigación, cuando no existe relación entre la variable y la forma en que se decidió medirla, perdiendo así la validez, dicho de otro modo (grado en que la medición empírica representa la medición conceptual). La precisión para definir los términos tiene la ventaja de comunicar con exactitud los resultados. A continuación, el cuadro que recoge y relaciona distintos elementos de la investigación a partir de su propósito general (Ver Cuadro 1).

Cuadro 1 Operacionalización de Variables

Objetivo General: Proponer el perfil del comunicador social basado en competencia para fomentar la comunicación asertiva con sus públicos externos.

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica e Instrumentos	Fuentes
Proceso de Comunicación	Conjunto de actividades vinculadas a intercambios de información	Comunicación Externa	Conocimiento del organismo Competencias del organismo Tipos de medios de comunicación Frecuencia al ente público Eficiencia pública Desempeño público Informaciones oportunas Frecuencia de publicaciones Comunicación participativa Respuesta oportuna Información permanente	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario	Población del municipio Naguanagua
Competencias	Capacidad de transferir conocimientos y aptitudes para resolver problemas en entornos organizacionales	Capacidades culturales y técnicas profesionales	Conductas orientadas al logro Vocación de servicio Autonomía y fuentes	12,13 14,15 16,17,	Técnica: Observación directa Instrumento: Lista de cotejo Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista	Investigadora RR.HH. Gerencia
		Habilidades de gestión	Conocimiento de la información Manejo de plataformas Solución de conflictos	18,19 20,21 22,23		
		Estimulación corporativa	Motivación y ascenso	24,25		
		Autonomía gerencial	Organización y seguimiento Manejo de información	26 27		

Fuente: Elaboración propia (2018)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Para la investigadora el marco metodológico es una serie de actividades destinadas a detallar y describir la base de la problemática planteada, a través de procedimientos específicos como las técnicas de observación y recolección de datos, el cual servirá para el desarrollo del perfil del comunicador social basado en competencias para fomentar la comunicación asertiva con sus públicos externos.

En este sentido Arias (1999), expone que el marco metodológico es “El conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas” (p.16). Este método se basa en la formulación de hipótesis las cuales pueden ser confirmadas o descartadas por medios de investigaciones relacionadas al problema.

De acuerdo con sus métodos y propósitos, la presente investigación se enmarca dentro del paradigma cuantitativa, ya que permitirá a través de la aplicación de instrumentos conocer el proceso de comunicación y las competencias en los organismos municipales. En este sentido Palella y Martins, (2012) sostienen que:

La investigación cuantitativa requiere el uso de instrumentos de medición y comparación, que proporcionan datos cuyo estudio necesita la aplicación de modelos matemáticos y estadísticos. Por ello, se afirma que se fundamenta en el cientificismo y el racionalismo. El conocimiento está basado en los hechos. La objetividad es la manera de alcanzar un conocimiento utilizando la medición exhaustiva y la teoría. (p.42).

3.1 Tipo y Diseño de la Investigación

La metodología usada para el proceso de la investigación es de campo, definida en función de características y objetivos propuestos en la misma, es así como se puede concebir la metodología como una serie de métodos y técnicas que se emplearan sistemáticamente durante un proceso de investigación para alcanzar los resultados teóricamente válidos.

Para la ejecución del presente estudio se trabajó bajo el tipo de investigación de campo, que para Palella y Martins (2012), detallan: “La investigación de campo en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural”. (p.16).

Asimismo, sostiene Arias (1999), la investigación de campo consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental.

El factor común de los autores anteriormente citados se centra en la recolección directa de la realidad; información que se obtiene a través de la aplicación de técnicas recolección de datos como: la encuesta, observación directa y entrevistas. Ante estas consideraciones, se ejecutó según los lineamientos metodológicos de una investigación de campo, debido a que ésta se basa en un proceso sistemático y racional que permitió a la autora recolectar los datos en forma directa del área de estudio, la cual estuvo representada por los habitantes del municipio Naguanagua, mayores de dieciocho años, así mismo, personal de alta gerencia, recursos humanos de un organismo del poder municipal, con el propósito de dar repuestas a las causas y consecuencias de la problemática planteada.

Por consiguiente, la metodología se fundamenta en la teoría de perfiles de desempeño de Mertens, enfocada con los comportamientos y actitudes laborales centrada en evaluar al individuo y su relación con el entorno. En esta perspectiva, la función de cada trabajador en la organización debe entenderse no sólo en su correspondencia con la empresa, sino que él también constituye subsistemas dentro del sistema empresarial, donde cada función es el entorno de otra.

3.2 Nivel de la Investigación

Para definir el nivel de investigación, los autores Palella y Martins (2012) manifiestan que: “es el grado de profundidad con que se aborda un objeto o fenómeno” (p.92), y especifican el concepto de nivel explicativo el cual se centra en determinar los orígenes o las

causas de un determinado conjunto de fenómenos complejos y delicados, en lo que el riesgo de cometer errores es alto.” (p.93); en el mismo orden de ideas precisan que el nivel histórico “...se orienta hacia el análisis del pasado, a reconstruir e interpretar los hechos, ideas y transformaciones del pensamiento y la práctica pedagógica en el devenir del tiempo. La propia recopilación de información y el contenido de sus tópicos están planteados a partir de aspectos y hechos pasados, a los cuales se recurre para analizarlos y aplicarlos.” (p.96).

Así mismo, posee un nivel descriptivo, en relación a esto Méndez (2006) señala: La investigación descriptiva identifica características del universo de investigación, señala formas de conductas y actitudes, establece comportamientos concretos, descubre y comprueba la asociación entre variables; así mismo permite recolectar la información de una manera directa, donde la misma es obtenida y sometida a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico. (p.63).

Dentro de esta perspectiva, el estudio descriptivo es el que elige una serie de dificultades y se mide cada una de ellas de manera independiente para así describir lo que se investiga. Cabe enfatizar, que, desde el punto de vista del nivel de conocimiento, es necesario denotar que es de tipo descriptiva, la mayor información se localiza en donde ocurre el problema planteado, en el presente caso sobre el perfil del comunicador social por competencias para fomentar la comunicación asertiva con sus públicos externos.

3.3 Población y Muestra

3.3.1 Población

Entendiéndose por población según Tamayo y Tamayo (2006), “Totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno...” (p. 176). Por su parte, Arias (1999) la define como, “... un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos de estudio” (p. 81).

Una población está determinada por sus características definitorias; es decir, el conjunto de elementos que posea ésta característica se denomina población o universo. Los autores expresan que la población son todos los elementos que el investigador desea estudiar, por lo tanto, para el estudio de la comunicación externa estará constituida por la población del municipio Naguanagua, personas con edades comprendidas entre los 18 y 45 años e inscritas en el Consejo Nacional Electoral (CNE), (ver cuadro N° 2) así como también 4 personas del Departamento del Recursos Humanos y de la alta gerencia, (ver cuadro N° 3), para identificar las competencias, los cuales se detallan a continuación en los siguientes cuadros:

Cuadro 2 Población Externa

Municipio	2001		2011	
	Total	%	Total	%
Naguanagua	132.368	6,9	157.437	7,0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), 2011.

Cuadro 3 Población Interna

Cargo		N° de Personas
RRHH	Jefe del Departamento	1
	Analista de cargos	1
Alta Gerencia	Director General	1
Investigación	Investigadora	1
TOTAL		4

Fuente: Elaboración propia. (2018)

3.3.2 Muestra

La muestra para el estudio de la comunicación externa estará comprendida por la extracción de un conjunto representativo de la población del municipio Naguanagua (157.437) personas según el último censo del año 2011 publicado por el INE), donde se tomará como probabilidad de éxito y fracaso un 50% para cada uno, ya que aún no se ha realizado la prueba piloto, es decir, “cuando no tenemos marcos de muestreo previo, usamos un porcentaje estimado de 50%, es decir, asumimos que “*p*” y “*q*” serán de 50%, y que resulta lo más común, particularmente cuando seleccionamos por vez primera una muestra en una población.” (Hernández, Fernández y Batista 2015, p. 179).

En este orden de ideas, se efectuará un muestreo aleatorio simple o muestreo al azar simple el cual se define como el “procedimiento en el cual todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Dicha probabilidad, conocida previamente, es distinta de cero (0) y de uno (1).” (Arias, 2012, p. 84). Según Arias (1999), la fórmula para calcular el tamaño de la muestra cuando el muestreo es para poblaciones finitas es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2}{p \cdot q}$$

representaran el total de la población del municipio Naguanagua, a continuación, se presenta el cálculo de la muestra:

$$\frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 157.437}{0,05^2 (157.437 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

Los autores Palella y Martins. (2012), expresan que “cuando seleccionamos algunos de los elementos con la intención de averiguar algo sobre la población de la cual están tomados, nos referimos a la muestra” (p. 97). La muestra descansa en el principio de que las partes representan al todo y por tal, refleja las características que definen la población. Y para el estudio de las competencias muestra será 4 empleados públicos pertenecientes 3 al departamento de Recursos Humanos y uno de la alta gerencia.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos e información

Técnicas de Recolección de Datos

Para la obtención de la información es muy importante definir con claridad las técnicas de recolección que se utilizaron la encuesta, observación directa y entrevista, considerándose las más apropiado para un diseño de campo, ya que estarán destinadas a conocer las necesidades y así recolectar los datos de la realidad aplicados a la situación a estudiar, para su posterior análisis. Según, Arias (1999), “las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información” (p. 53).

Instrumentos de recolección de datos

Los instrumentos de recolección de datos que se utilizaron en la presente investigación de campo, fueron la lista de cotejo y el cuestionario. En este contexto Palella y Martins (2012), puntualizan el cuestionario como “un instrumento de investigación que forma parte de la técnica de la encuesta. Las preguntas han de estar formuladas de manera clara y concisa,

pueden ser cerradas, abiertas o semi abiertas, procurando que la respuesta no sea ambigua”. (p.131)

Por su parte, la encuesta la define Grasso (2006), como un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas. (p. 13). Estuvo compuesto por selección múltiple con 5 opciones de respuesta (siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca).

En cuanto a la observación directa, el autor citado anteriormente afirma que: “son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información” (p. 53). Así como también que “la observación directa consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conducta manifiesta” (p. 316). A través de esta técnica el investigador puede observar y recoger datos mediante su propia observación.

A través de una lista de cotejo como instrumento, se aplicó a los directivos que forman parte del tren ejecutivo de un organismo del poder municipal, específicamente del departamento Recursos Humanos y de la alta gerencia, con la finalidad de recolectar la mayor información de los procesos de comunicación y recursos con los que cuentan, así como también a la investigadora. Esto con el propósito de dar cumplimiento con un objetivo específico de la investigación, referido a identificar los factores internos que inciden en la contratación del personal y la comunicación interna del personal directivo con sus funcionarios públicos.

3.5 Validez y Confiabilidad

Validez

Una vez construido el instrumento según la tabla de operacionalización de variables fue sometido a tres especialistas los cuales validaron a través de su pertinencia, claridad y objetividad. Para asegurar la validez de los datos recolectados se garantizó entre otras cosas, la coherencia entre lo que se cuantifica y los métodos de medición. Ejemplo principal de esto lo constituyen las unidades de medida en los datos que requieren ser conexos para arrojar una información, en éste orden de ideas, Hernández, Fernández y Baptista (2015) en su obra Metodología de la Investigación, sostienen lo siguiente:

La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir. Por ejemplo, un instrumento válido para medir la inteligencia debe medir la inteligencia y no la memoria. Un método para medir el rendimiento bursátil tiene que medir precisamente esto y no la imagen de una empresa. Un ejemplo —aunque muy obvio— de completa invalidez sería intentar medir el peso de los objetos con una cinta métrica en lugar de con una báscula. (p. 200).

Tipos de validez

Son consideradas tres tipos de validez: validez de contenido, validez de criterio y validez de constructo las cuales se explicarán a continuación, la primera validez es de contenido, que se refiere a los reactivos de una prueba que son representativos del campo que la prueba se propone medir (Sattler, 1996 y Brown, 1980). Es decir, la representatividad o la adecuación muestral del contenido de un instrumento de medición. Esta validez incluye aspectos como lo apropiado, lo completo y la forma en que los reactivos evalúan el contenido del campo involucrado; por tanto, para su evaluación será necesario el juicio y razonamiento Anastasi, (1978).

La segunda es la relacionada a la validez de criterio, la cual se refiere a la relación entre las puntuaciones de una prueba y cierto tipo de criterio o resultado, como clasificaciones u otras puntuaciones de prueba, tal como la define Sattler (1996). El criterio según el autor debe poseer propiedades como: ser medible con facilidad, estar libre de prejuicios y ser relevantes para los propósitos de la prueba. De este criterio o variable externa se debe conocer que mide el atributo en estudio y mientras mayor sea su correlación con la prueba, mayor será la validez de criterio de la misma Kerlinger, (1988).

Y finalmente, la validez de constructo, la cual definen Anastasi y Urbina (1998), como el propósito de los procedimientos de correlación; por ejemplo, puede calcularse la correlación biserial entre el resultado total de la prueba y el “éxito o fracaso” en cada reactivo y elegir únicamente los reactivos que producen correlaciones significativas entre reactivo y prueba (ítem-test). (p.129). Así, como también enfatizan que “las correlaciones de consistencia interna, se basan en reactivos o en subtests, son esencialmente medidas de homogeneidad. El grado de homogeneidad de la prueba tiene cierta relevancia para su validez de constructo”. (p. 129).

Por su parte, Nunnally (1991), la validación del constructo es un asunto elemental en la generalización científica. El objetivo del estudio de los constructos es emplear una o más medidas cuyos resultados se generalicen a una clase más amplia de medidas que legítimamente empleen el mismo nombre. Ambos autores mencionados, coinciden con las definiciones de validez de constructo, la cual en términos generales busca relacionar un atributo o constructo psicológico con un marco teórico para contrastar la hipótesis, que serían las inferencias realizadas a partir de las puntuaciones de los tests y la validación.

En este contexto, se realizó el análisis de correlación ítem-total entre las variables, y se encontró correlaciones en cada uno de los factores, sin embargo, se observan valores mayores a 0.50, obteniendo correlaciones moderadas fuertes entre la dimensión dominio total, como se muestra en la tabla 2 del análisis de correlación general a continuación y en el anexo se podrá observar la tabla 3 de correlaciones de validez de constructo general.

Tabla 1 Análisis de correlación dominio total de la población externa

		Conocimiento del Organismo	Competencias del Organismo	Medios de Comunicación	Frecuencia al Ente	Competencias Públicas	Desempeño Público	Informaciones Oportunas	Frecuencias de Publicaciones	Comunicación Participativa	Respuesta Oportuna	Información Permanente	Total Calificación
Total Calificación	Correlación de Pearson	,685**	,648**	,631**	,596**	,603**	,648**	,711**	,658**	,742**	,697**	,774**	1
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).
 * . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia. (2018)

Y posteriormente se analizó la fiabilidad de la validez de constructo, la cual es el grado en que una situación de medida carece de error aleatorio, es el grado de varianza sistemática en la situación de medida, la cual arrojo el siguiente resultado:

Cuadro 4 Fiabilidad de Validez de Constructo

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.896	11

Fuente: Elaboración propia. (2018)

Confiabilidad

Hernández, Fernández y Baptista (2015), afirman que: “existen diversos procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento de medición. Todos utilizan fórmulas que producen coeficientes de confiabilidad. Estos coeficientes pueden oscilar entre 0 y 1”. (p. 248). Es importante señalar, que el coeficiente de 0 significa nula confiabilidad y 1 representa un máximo de confiabilidad (confiabilidad total).

Por su parte, el criterio de confiabilidad según Sierra (2004): “es la capacidad que tiene el instrumento de registrar los mismos resultados en repetidas ocasiones, con una misma muestra y unas mismas condiciones.”, se puede asegurar que uno de los elementos medulares para asegurar la solidez del resultado y de la medición por ante un evaluador o escrutador del mismo, lo constituye la consistencia en la información que resulta. Esto genera la confiabilidad necesaria para la aprobación de cualquier propuesta producto de un estudio.

En este sentido, una vez que los instrumentos de recolección de datos, son validados por los diversos expertos y establecida su eficacia, se realizó una prueba piloto a 60 personas y a través de la fórmula estadística del coeficiente Alfa de Cronbach y procesado en el programa estadístico SPSS 24, que se basa en la medición de la respuesta del sujeto con respecto a los ítems del instrumento, produciendo valores que oscilan entre (0) y uno (1), donde cero (0) implica un coeficiente nulo y uno (1) implica la confiabilidad máxima. A continuación, se describe la fórmula de Alfa de Cronbach y su resultado:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

= Coeficiente de Confiabilidad Alfa de Cronbach

K = Número de ítems

S_i^2 = Sumatoria de Varianzas de los Ítems

S_T^2 = Varianza de la suma de los Ítems

Cuadro 5 Confiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,890	11

Fuente: Elaboración propia. (2018)

Este resultado de confiabilidad se ubica en el rango de 0,72 a 0,99, siendo de excelente confiabilidad la aplicación del instrumento. Esto indica una muy alta confiabilidad, lo que significa, que cada vez que se aplique el instrumento se lograrán resultados equivalentes en un 89% de los casos.

3.6 Procedimiento

Seguidamente en la elaboración de este trabajo, comprende el desarrollo del objetivo general: proponer el perfil del comunicador social por competencia para fomentar la comunicación asertiva entre el organismo municipal y los ciudadanos; se manejará el siguiente procedimiento, apreciado en tres (3) fases que denotan sus objetivos específicos:

Fase 1: Diagnosticar el proceso de comunicación del organismo Municipal con sus públicos externos.

Esta fase se sitúa en precisar como es el proceso de comunicación externa, que se afianzará en la teoría de Mertens (1966), asimismo, para la recolección de datos se direccionó

bajo la técnica de la encuesta, para la cual se elaboró un cuestionario que se aplicó en principio a una muestra comprendida por 60 personas de la población en estudio, específicamente en el municipio Naguanagua.

Fase 2: Identificar los factores internos que inciden en la contratación del personal y la comunicación interna del personal directivo con sus funcionarios públicos.

Esta segunda fase, fundamentalmente se aplicó como técnica la observación directa y la entrevista y como instrumentos se creó una lista de cotejo, dirigidos a empleados públicos del Departamento de Recursos Humanos y de la alta gerencia, con la finalidad de identificar los factores internos que inciden en la contratación del personal y la comunicación interna del personal directivo con los empleados públicos.

Fase 3: Diseñar el perfil profesional por competencias del comunicador social necesaria para laboral en un organismo del poder Municipal, para fomentar la comunicación asertiva que debe tener con sus públicos externos.

Finalmente, se diseñó el perfil profesional por competencias, basado en características y destrezas que debe tener todo profesional de las ciencias sociales para laboral en instituciones públicas y las responsabilidades profesionales que deben cumplir las instituciones públicas en el municipio Naguanagua.

3.7 Técnicas de Procesamiento y Análisis de los Datos

Para el análisis de los resultados del presente trabajo, se utilizó la estadística descriptiva, ya que está se dedica a analizar y representar los datos por medio de tablas, gráficos y/o medidas de resumen. Por su parte, para el procesamiento de los datos descriptivos se manejó tablas y gráficos propios de la estadística descriptiva, los cuales fueron procesados con la plataforma de Google Forms y para su procesamiento se realizó en el programa estadístico IBM - SPSS 24.

Posteriormente, se realizó el análisis e interpretación y descripción de los resultados. Para la validación de los instrumentos, se utilizó el juicio de expertos, donde, se distribuyó a tres profesionales especialistas en las áreas de comunicación, gestión pública y perfiles

quienes emitieron su opinión respecto a la redacción y contenido del cuestionario e indicaron que el instrumento es aplicable a las unidades de estudio.

En esta etapa de análisis, se incorporaron los datos, se codificaron y tabularon, las técnicas de presentación y el análisis estadístico se representó a través de un cuadro de distribución de frecuencias que contienen los datos descriptivos, junto con su interpretación y el procesamiento de los mismos; se elaboró por medio del programas estadístico IBM-SPSS 24, con la finalidad de organizar y mostrar los datos de una manera clara y precisa, que contribuyó para alcanzar los objetivos de este estudio. Se ejecutó la fiabilidad de validez de constructo, que se detalla a continuación:

Cuadro 6 Resumen de procesamiento de datos

Casos	N°	%
Validos	383	100,0
Excluidos ^a	0	0
Total	383	100,0

- a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.
Fuente: Elaboración propia. (2018)

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Una vez aplicado el instrumento de recolección de la información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto la información que se presenta a continuación será la que indique las conclusiones a las cuales llega la investigación. A continuación, los resultados del cuestionario aplicado al público externo.

4.1.1 Resultados de la aplicación del Cuestionario al Público Externo

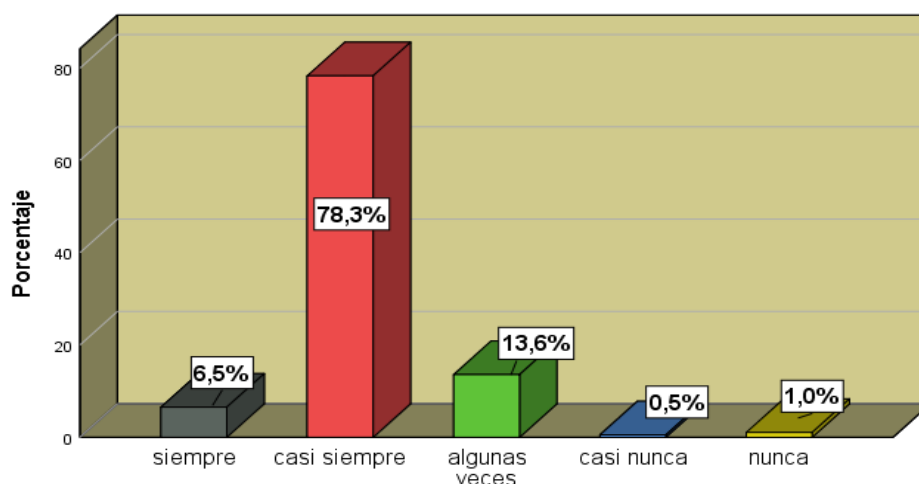
Dimensión: Comunicación Externa (D1) / Indicador: Conocimiento del Organismo (I).

Ítem No. 1: ¿Los Organismos Municipales están presentes en los diversos medios de comunicación (Redes, prensa, tv, radio entre otros)?

Cuadro 7 Comunicación Externa y Conocimiento del Organismo

Respuestas (Escala de liker)	Muestra Consolidada	
	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	25	6,5%
Casi siempre	300	78,3%
Algunas veces	52	13,6%
Casi nunca	2	0,5%
Nunca	4	1%

Fuente: Elaboración propia. (2018)



Fuente: Elaboración propia. (2018)

Gráfico 1 ¿Los Organismos Municipales están presentes en los diversos medios de comunicación (Redes, prensa, tv, radio entre otros)?

La apreciación de la población encuestada arroja que hay una percepción positiva en cuanto a la presencia de los organismos municipales en los diversos medios de comunicación, dando como resultado que un 78,3 %, representando por 300 personas, consideraron la opción casi siempre, mientras que un 13,6 % algunas veces, un 6,5% arrojó siempre, un 1% nunca y un 0,5% casi nunca.

Ante estos resultados, se evidencia que las instituciones públicas están orientadas desde los departamentos de prensas, para dar a conocer a través de los diversos medios de comunicación bien sea escrito, visuales o por redes sociales sobre las actividades e informaciones de interés al colectivo, es decir, existe una presencia evidente para la población.

Por su parte, Wolf (1987) [Disponibile en línea], en relación a la presencia en los medios, sostiene que, como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consiente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo que incluye una

importancia que refleja el énfasis atribuido por los acontecimientos, a los problemas, a las personas. (p.54)

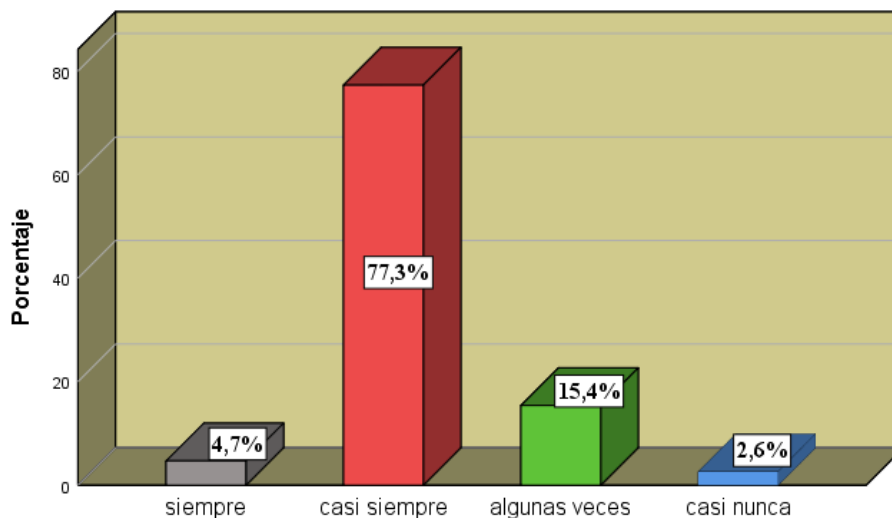
Dimensión: Comunicación Externa (D1) / Indicador: Competencias del Organismo (I).

Ítem No. 2: ¿Tiene claro cuáles son las competencias de los Organismos Municipales?

Cuadro 8 Comunicación Externa y Competencias del Organismo

Respuestas (Escala de liker)	Muestra Consolidada	
	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	18	4,7%
Casi siempre	296	77,3%
Algunas veces	59	15,4%
Casi nunca	10	2,6%

Fuente: Elaboración propia. (2018)



Fuente: Elaboración propia. (2018)

Gráfico 2 ¿Tiene claro cuáles son las competencias de los Organismos Municipales?

Según el estudio realizado y la aplicación del cuestionario, el 77,3% de las personas encuestadas casi siempre están al tanto cuales son las competencias de los organismos municipales, mientras que un 15,4% algunas veces, un 4,7% siempre tiene claro las competencias y un 2,6% nunca.

Es evidente, que en un alto porcentaje de los encuestados casi siempre está al tanto de las competencias municipales lo cual es un factor favorable, ya que, al momento de tener alguna eventualidad en su comunidad, saben a cuál ente u organismo dirigirse para solventar la problemática, inquietud o canalizar la información.

En este sentido Lara (2013) sostiene que, en la Ley Orgánica del Poder Público Municipal, fundamenta que la competencia de los municipios y su administración debe basarse en los intereses de la vida local, la gestión de sus actividades y servicios que requiera la comunidad municipal. Al respecto, cada municipio puede organizar sus órganos y entes, al igual que normar su funcionamiento; el Concejo Municipal dictará instrumentos jurídicos que regulen su autonomía funcional y su ordenamiento interno al servicio de la comunidad.

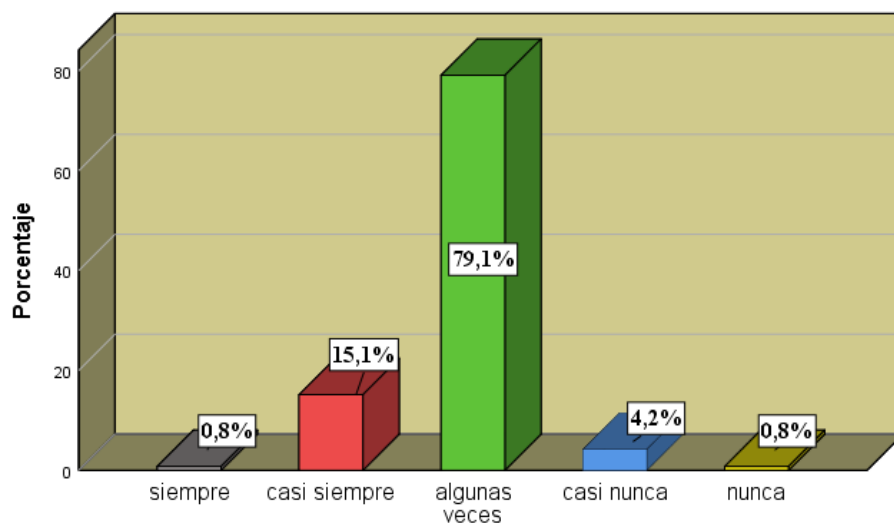
Dimensión: Comunicación Externa (D1) / Indicador: Tipos de medios de comunicación (I).

Ítem No. 3: ¿Cree usted que las informaciones que publican las instituciones a través de diversos medios es suficiente para conocer el trabajo que están realizando?

Cuadro 9 Comunicación Externa y Tipos de medios de comunicación

Respuestas (Escala de liker)	Muestra Consolidada	
	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	3	0,8%
Casi siempre	58	15,1%
Algunas veces	303	79,1%
Casi nunca	16	4,2%
Nunca	3	0,8%

Fuente: Elaboración propia. (2018)



Fuente: Elaboración propia. (2018)

Gráfico 3 ¿Cree usted que las informaciones que publican las instituciones a través de diversos medios es suficiente para conocer el trabajo que están realizando?

En correlación al ítem 3, las personas encuestadas se les pregunto si consideraban que las informaciones que publican las instituciones a través de diversos medios es suficiente para conocer el trabajo que están realizando, a lo cual un 79,1% representadas por 303 personas consideraron que algunas veces, mientras que un 15,1% casi siempre, el 4,2% casi nunca y un 0,8% siempre y nunca.

Ante estos resultados, el mayor porcentaje de la población en estudio considera que solo algunas veces las informaciones que publican las instituciones por los diversos medios de comunicación social, son pertinentes lo que cual trae como consecuencia, una mala apreciación de las informaciones divulgadas del organismo.

Ante este contexto, en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), en su artículo establece lo siguiente:

Art 143º: Los ciudadanos y ciudadanas tienen derecho a ser informados e informadas oportuna y verazmente por la Administración Pública, sobre el estado de las actuaciones en que estén directamente interesados e interesadas, y a conocer las resoluciones definitivas que se adopten sobre el particular.

Asimismo, tienen acceso a los archivos y registros administrativos, sin perjuicio de los límites aceptables dentro de una sociedad democrática en materias relativas a seguridad interior y exterior, a investigación criminal y a la intimidad de la vida privada, de conformidad con la ley que regule la materia de clasificación de documentos de contenido confidencial o secreto. No se permitirá censura alguna a los funcionarios públicos o funcionarias públicas que informen sobre asuntos bajo su responsabilidad.

Es importante resaltar que, por jurisprudencia emanada de la Sala Constitucional del Máximo Tribunal de Justicia, por interpretación de la norma constitucional, solo basta con que exista interés, pues siempre es directo el interés que puede tener un ciudadano sobre los asuntos de su municipio y nación.

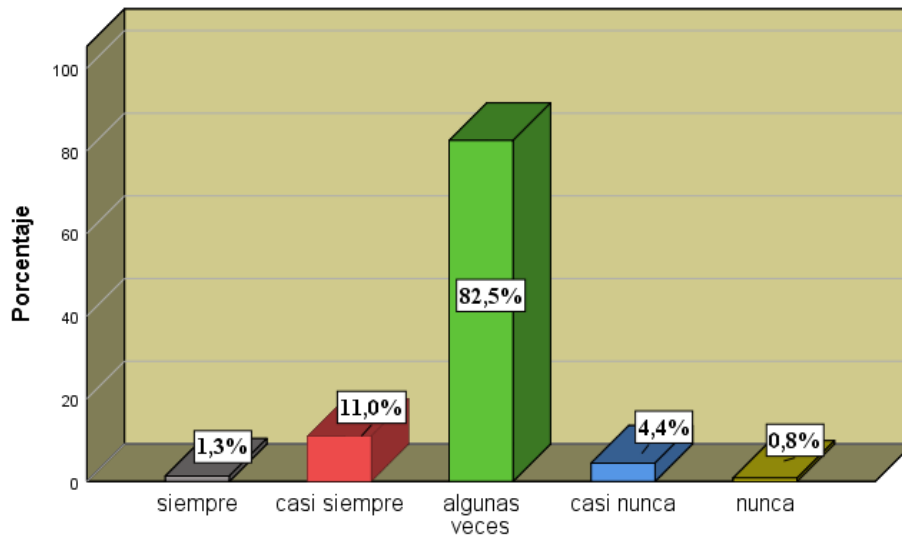
Dimensión: Comunicación Externa (D1) / Indicador: Frecuencia al ente público (I).

Ítem No. 4: ¿Acude con frecuencia a las diversas instituciones municipales para solicitar información de su interés?

Cuadro 10 Comunicación Externa y Frecuencia al ente público

Respuestas (Escala de liker)	Muestra Consolidada	
	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	5	1,3%
Casi siempre	42	11%
Algunas veces	316	82,5%
Casi nunca	17	4,4%
Nunca	3	0,8%

Fuente: Elaboración propia. (2018)



Fuente: Elaboración propia. (2018)

Gráfico 4 ¿Acude con frecuencia a las diversas instituciones municipales para solicitar información de su interés?

En función a este ítem, el 82,5% constituido por 316 personas encuestadas, manifestaron que algunas veces acuden a las instituciones municipales para solicitar información de interés, mientras que un 11% casi siempre (42 personas), un 4,4% casi nunca (17 personas), un 1,3 % siempre (5 personas), y un 0,8% nunca (3 personas).

En relación a los datos expuestos, un porcentaje alto y considerable resalta sobre esa comunicación que existe entre las instituciones públicas y sus ciudadanos, lo que muestra que no existe esa interacción física constante, es eventual y por lo tanto es muy bajo el porcentaje de la población que si lo hace. Se debe tomar en consideración cada caso en particular y sus necesidades, pero al residir en un municipio constantemente debe existir esa relación ante los organismos públicos.

En este sentido, en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), en su artículo establece lo siguiente:

Art 62º: Todos los ciudadanos y ciudadanas tienen el derecho de participar libremente en los asuntos públicos, directamente o por medio de sus representantes elegidos o elegidas. La participación del pueblo en la formación, ejecución y control de la gestión pública es el medio necesario para lograr el

protagonismo que garantice su completo desarrollo, tanto individual como colectivo. Es obligación del Estado y deber de la sociedad facilitar la generación de las condiciones más favorables para su práctica.

La participación opina esa decisión del individuo de interactuar con otros en una actividad pública y de medir si los costos de dicha participación en cuanto al tiempo, esfuerzo personal, perjuicio por dejar de realizar otras actividades, superan o no el valor que asigna al beneficio (material o simbólico) que espera obtener. Para Cunill (1991), se refiere a la participación ciudadana como “experiencias de intervención de los individuos y los grupos en actividades públicas para hacer valer sus intereses sociales”. Constituye, asimismo, “un medio de socialización de la política” que supone la apertura de espacios. (p. 54)

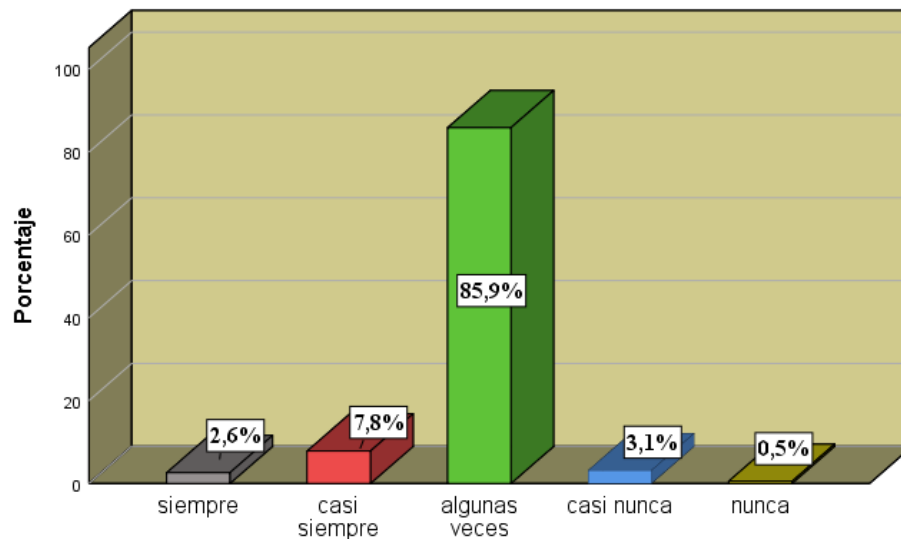
Dimensión: Comunicación Externa (D1) / Indicador: Eficiencia pública (I).

Ítem No. 5: ¿Considera valioso el trabajo que ejecutan las instituciones públicas para el beneficio de su comunidad?

Cuadro 11 Comunicación Externa y Eficiencia pública

Respuestas (Escala de liker)	Muestra Consolidada	
	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	10	2,6%
Casi siempre	30	7,8%
Algunas veces	329	85,9%
Casi nunca	12	3,1%
Nunca	2	0,5%

Fuente: Elaboración propia. (2018)



Fuente: Elaboración propia. (2018)

Gráfico 5 ¿Considera valioso el trabajo que ejecutan las instituciones públicas para el beneficio de su comunidad?

Tras la apreciación de estos datos, un 85,9% de la población que simboliza a 329 habitantes consideró que el trabajo que realizan las instituciones públicas algunas veces es valioso, mientras que un 7,8% casi siempre, un 3,1 % casi nunca, un 2,6% siempre y 0,5 nunca.

Llama la atención, el alto porcentaje de la población que considera que algunas veces la gestión es meritoria, es decir, es vista categóricamente descalificada, lo que refleja que las labores que se vienen ejecutando en los diversos medios de comunicación no es vista de buena manera por la población y se deben tomar medidas para detectar dónde está la falla comunicacional.

En este contexto, la sociedad adquiere un rol determinante, en la medida en que se modifican las reglas, procedimientos, expectativas y concepciones de su relación con el gobierno. Aguilar (1992), subraya que la percepción de la población es relativa ya que existen políticas públicas que son decisiones de gobierno que incorporan la opinión, la participación, la corresponsabilidad y manejan el dinero de sus habitantes para mejorar su calidad de ciudadanos, electores y contribuyentes” (p. 36). Lo que genera todo un abanico de estrategias de acción corresponsable el cual diluye las fronteras entre lo público y lo privado.

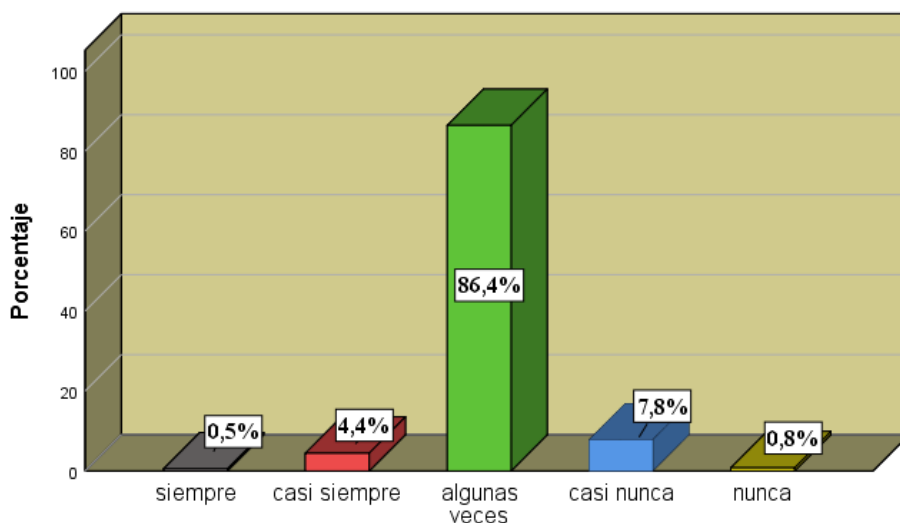
Dimensión: Comunicación Externa (D1) / Indicador: Desempeño público (I).

Ítem No. 6: ¿Cree que las gestiones Municipales van acordes con las informaciones que salen en los diferentes medios locales?

Cuadro 12 Comunicación Externa y Desempeño público

Respuestas (Escala de liker)	Muestra Consolidada	
	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	2	0,5%
Casi siempre	17	4,4%
Algunas veces	331	86,4%
Casi nunca	30	7,8%
Nunca	3	0,8%

Fuente: Elaboración propia. (2018)



Fuente: Elaboración propia. (2018)

Gráfico 6 ¿Cree que las gestiones Municipales van acordes con las informaciones que salen en los diferentes medios locales?

En este ítem 6, se le preguntó a la población en estudio que, si creía que las gestiones Municipales van acordes con las informaciones que salen en los diferentes medios locales, a lo cual 331 personas que representan el 86,4% consideraron que algunas

veces, mientras que el 7,8% casi nunca, el 4,4% casi siempre, un 0,8% nunca y siempre 0,5%.

Por consiguiente, Pizzolante (2004), guarda relación con el contexto del párrafo anterior ya que soporta que “es el resultado de una configuración de las formas de pensamiento y aprendizaje de la organización, las relaciones de poder, las formas de influencia y cambio, los instrumentos de motivación y recompensa que en muchos casos sobrepasa sus intereses”. (p. 34)

Es evidente, que un alto porcentaje de la población afirme que solo algunas veces consideran que las informaciones que publican en los diversos medios de comunicación, sólo se anuncian una vez mientras otras se repiten por varias semanas. Este hecho obedece a la importancia del asunto y su interés mediático, pero se debe acentuar esa necesidad de informar, ya que se enfrentan a una población que cotidianamente está en constante desconocimiento de la gestión diaria y no se aprecia el desempeño público informativo.

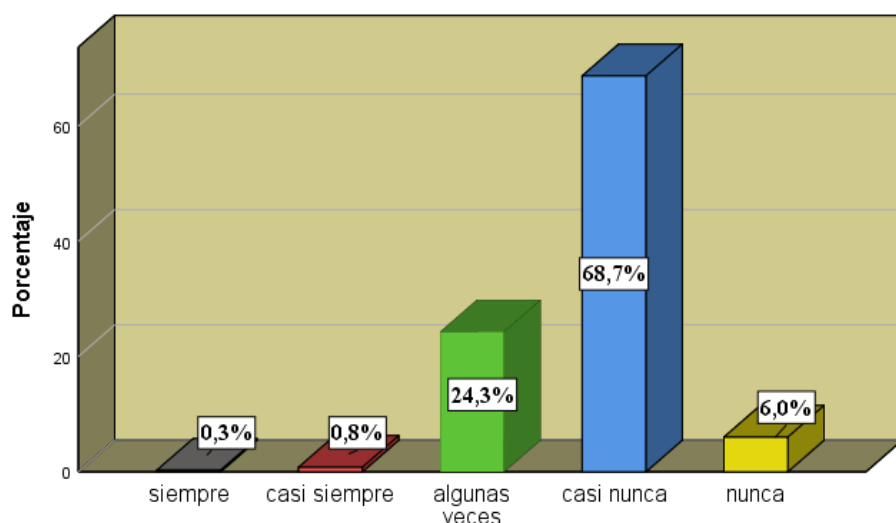
Dimensión: Comunicación Externa (D1) / Indicador: Informaciones oportunas (I).

Ítem No. 7: ¿Está constantemente la comunidad informada respecto a los beneficios municipales a los que se pueden acceder?

Cuadro 13 Comunicación Externa e informaciones oportunas

Respuestas (Escala de liker)	Muestra Consolidada	
	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	1	0,3%
Casi siempre	3	0,8%
Algunas veces	93	24,3%
Casi nunca	263	68,7%
Nunca	23	6 %

Fuente: Elaboración propia. (2018)



Fuente: Elaboración propia. (2018)

Gráfico 7 ¿Está constantemente la comunidad informada respecto a los beneficios municipales a los que se pueden acceder?

Con respecto al ítem número 7, la población encuestada constituida por 263 personas que representan un 68,7% manifestaron que casi nunca la comunidad está informada con respecto a los beneficios municipales que pueden acceder, mientras que un 24,3% dijo que algunas veces, un 6 % nunca, un 0,8 casi siempre y 0,3% siempre.

Es de este modo como, Torres (2012), revela que “se necesitan organismos públicos exitosos, pero también ciudadanía siempre exitosa, participativa, es decir, formada, informada, organizada y actuante”. (p.76) Lo que se traduce en que el ciudadano actual requiere acceso a una gran gama de información pública y un mayor conocimiento de la administración pública para estar bien informado, a través de los diversos medios de comunicación que son los que ayudan a promover las informaciones que generan los entes, de una manera u otra influye en el acceso a la información, es decir, publican lo que sea de su interés.

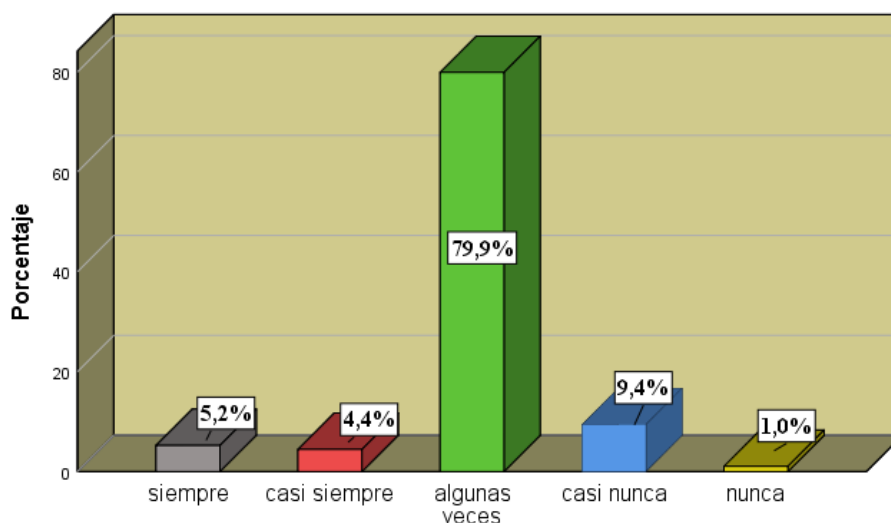
Dimensión: Comunicación Externa (D1) / Indicador: Frecuencia de publicaciones (I).

Ítem No. 8: ¿Piensa que la frecuencia de publicaciones informativas a través de diversos medios digitales, impresos y televisivos son importantes?

Cuadro 14 Comunicación Externa y Frecuencia de publicaciones

Respuestas (Escala de liker)	Muestra Consolidada	
	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	20	5,2%
Casi siempre	17	4,4%
Algunas veces	306	79,9%
Casi nunca	36	9,4%
Nunca	4	1%

Fuente: Elaboración propia. (2018)



Fuente: Elaboración propia. (2018)

Gráfico 8 ¿Piensa que la frecuencia de publicaciones informativas a través de diversos medios digitales, impresos y televisivos son importantes?

En este ítem 8, el 79,9% de los encuestadas que constituyen 306 personas manifestaron que algunas veces la frecuencia de publicaciones informativas a través de diversos medios digitales, impresos y televisivos son importantes, mientras que un 9,4 % consideraron casi nunca, un 5,2% siempre, 4,4% casi siempre y 1% nunca.

Para Pizarro (2017), parte de que cada medio de comunicación social tiene un flujo de información diferente. Este flujo se define por el comportamiento de los usuarios en la comunidad y por equipo de comunicación que organiza las publicaciones. En algunos

medios se pueden publicar mucho contenido y estos tendrán una buena recepción y visibilidad. En otras, las publicaciones deben ser menos y más específicas para poder llegar al público. (p.89)

Ante este contexto, el departamento de comunicaciones debe medir la cantidad de publicaciones y los horarios para cada medio de comunicación, debe tomar decisiones oportunas que le permitirá ajustar la frecuencia y su impacto en la comunidad. Cada día las comunidades consumen mucha más información, por lo que se deben de adaptar los organismos gubernamentales en generar más contenido cada cierto tiempo, para adaptarlo al plan comunicacional y optimizarlo.

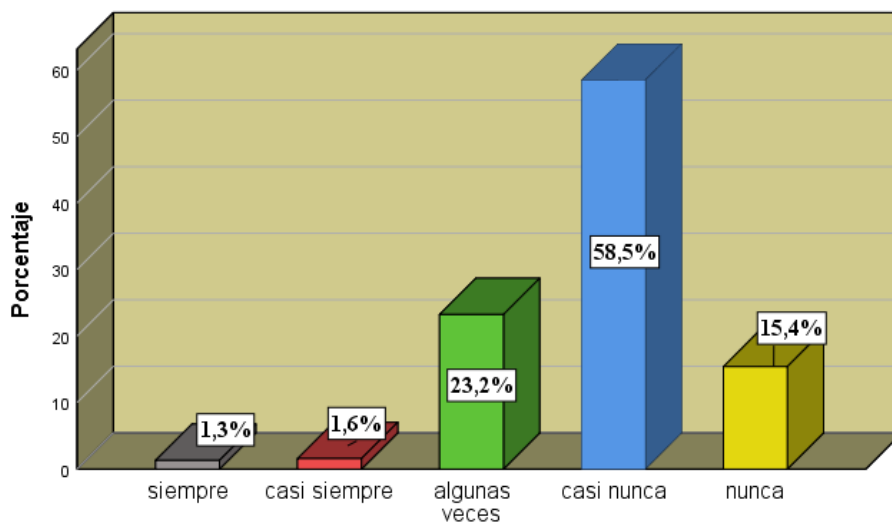
Dimensión: Comunicación Externa (D1) / Indicador: Comunicación participativa (I).

Ítem No. 9: ¿Los entes les permite a las comunidades la posibilidad de establecer una comunicación participativa, respecto a los proyectos, problemas y opiniones?

Cuadro 15 Comunicación Externa y Comunicación participativa

Respuestas (Escala de liker)	Muestra Consolidada	
	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	5	1,3%
Casi siempre	6	1,6%
Algunas veces	89	23,2%
Casi nunca	224	58,5%
Nunca	59	15,4%

Fuente: Elaboración propia. (2018)



Fuente: Elaboración propia. (2018)

Gráfico 9 ¿Los entes les permite a las comunidades la posibilidad de establecer una comunicación participativa, respecto a los proyectos, problemas y opiniones?

La apreciación en este ítem, se refleja que un 58, 5% que simboliza 224 personas revelaron que casi nunca los entes gubernamentales les dan la posibilidad a las comunidades de establecer una comunicación directa con respecto a los proyectos, problemas y opiniones, mientras que un 23,2% algunas veces, 15,4% nunca, 1,6% casi siempre y 1,3% siempre.

Para Fracasso (2000), La participación de la ciudadanía en la planificación constituye un tema de gran interés y complejidad y se refiere al conjunto de teorías, métodos y prácticas que introducen de forma interactiva la comunidad en los procesos de toma de decisión. La comunidad desempeña un papel importante en relación con el Estado y el mercado. (p.43)

Sin embargo, la participación activa y directa en los procesos de decisiones debe ser tomada en cuenta en la planificación, para beneficiar a la mayor cantidad de personas con ese determinado proyecto, para su posterior planificación; por lo tanto, debe existir esa participación activa de la ciudadanía en la toma de decisiones.

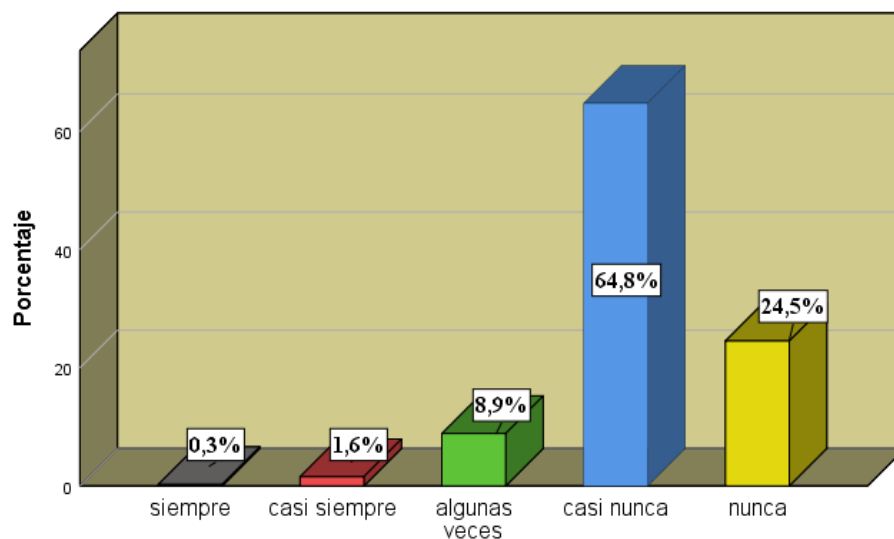
Dimensión: Comunicación Externa (D1) / Indicador: Respuesta oportuna (I).

Ítem No. 10: ¿Reciben respuesta oportuna por parte de los entes gubernamentales a las solicitudes realizada?

Cuadro 16 Comunicación Externa y Respuesta oportuna

Respuestas (Escala de liker)	Muestra Consolidada	
	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	1	0,3%
Casi siempre	6	1,6%
Algunas veces	34	8,9%
Casi nunca	248	64,8%
Nunca	94	24,5%

Fuente: Elaboración propia. (2018)



Fuente: Elaboración propia. (2018)

Gráfico 10 ¿Reciben respuesta oportuna por parte de los entes gubernamentales a las solicitudes realizada?

Reciben los ciudadanos respuestas oportunas por parte de los entes gubernamentales a las solicitudes realizadas a lo que arrojó un 64,8% constituido por 248 personas apuntaron que casi nunca, mientras que un 24,5% nunca, un 8,9% algunas veces, 1.6% casi siempre y solamente un 0,3% siempre.

Se puede percibir que la mayoría de la población no recibe respuesta oportuna de sus diversos requerimientos, lo que trae como consecuencia que sus problemas, requerimientos y quejas no sean atendidas, en este aspecto, los organismos no se preocupan por detectar a tiempo dichas fallas y deben de revisar por cuales vías de comunicación los ciudadanos realizan sus solicitudes para poder canalizar de forma oportuna.

En este sentido, Petrizzo (2005) sostiene que no sólo que el Estado llegue a los ciudadanos, sino que además sea capaz de idear los medios para que éstos sean escuchados y puedan tener injerencia en la vida pública participando a través de ellas”. (p.90) Sin duda, para la mayoría de los entes gubernamentales su principal desafío debe consistir en el desarrollo e implementación de políticas públicas que pongan las ventajas de la era actual al alcance de todos los ciudadanos, además del acceso y uso de las nuevas tecnologías de información, que deben ir acompañadas de la facilitación de los servicios públicos al alcance de todos y promover una administración eficiente y transparente.

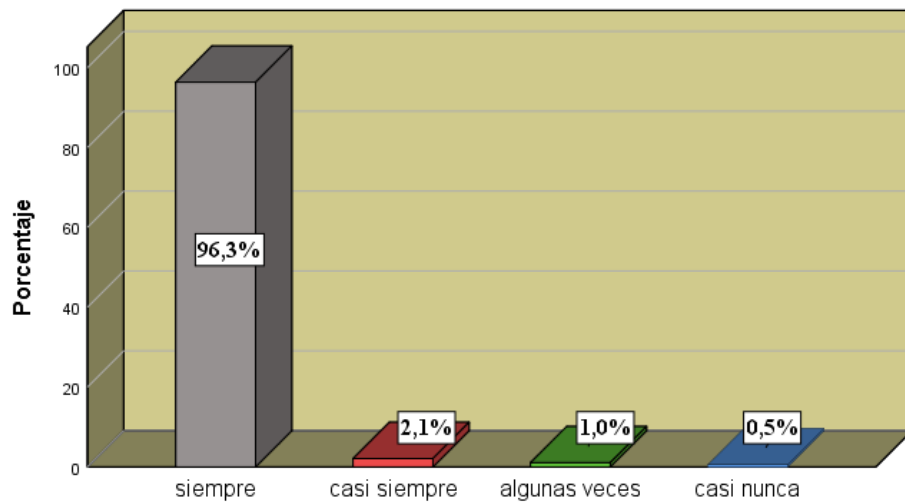
Dimensión: Comunicación Externa (D1) / Indicador: e Información permanente (I).

Ítem No. 11: ¿La comunidad debe estar informada de todas las actividades e informaciones de interés que beneficien a la colectividad?

Cuadro 17 Comunicación Externa e Información permanente

Respuestas (Escala de liker)	Muestra Consolidada	
	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Siempre	369	96,3%
Casi siempre	8	2,1%
Algunas veces	4	1%
Casi nunca	2	0,5%

Fuente: Elaboración propia. (2018)



Fuente: Elaboración propia. (2018)

Gráfico 11 ¿La comunidad debe estar informada de todas las actividades e informaciones de interés que benefician a la colectividad?

Ante estos resultados, el 96,3% que está representado por 369 ciudadanos en estudio manifestaron que la comunidad debe estar informada siempre de todas las actividades e informaciones de interés que beneficie a la colectividad, un 2,1% casi siempre, 1% algunas veces y 0,5% casi nunca.

Según lo que expresa Harnecker (2005), que debe existir una dinámica a través de la cual los ciudadanos estén informados y se involucran de forma consciente y voluntaria en todos los procesos que le conciernen en forma directa e indirecta”. (p, 15). Entendida así, que para poder participar se requiere la existencia de organizaciones autónomas, plurales y democráticas movilizadas en todos los espacios de acción social. Los ciudadanos deben pasar a ser uno de los más importantes objetivos del quehacer los entes gubernamentales en la medida en que este se centre en alcanzar mayores niveles de actuación ciudadana para sacar adelante a las comunidades de sus problemáticas.

4.1.2. Resultados del diagnóstico

Una vez aplicadas las técnicas e instrumentos de recolección de datos, cuyos resultados son evidentes (ver gráficas anteriores), se logró constituir la apreciación que tienen los encuestados con respecto a la dimensión del proceso de comunicación en el cuadro de operacionalización de variables, que existe entre los entes gubernamentales y su público externo, el cual se ve reflejado en 11 gráficas que avistan una deficiente comunicación.

Por consiguiente, se pudo percibir que en un primer gráfico un 78,3% casi siempre están presentes las informaciones emitidas por las instituciones gubernamentales en los diversos medios de comunicación, lo que quiere decir, que el trabajo que se viene realizando desde el departamento de prensa es visto por los ciudadanos favorable, pero que aún se debe trabajar para que la población siempre se mantenga informada.

Con relación al indicador, competencias del organismo, los encuestados expresaron que casi siempre representado por un 77,3%, tienen claro cuáles son las competencias que rigen los entes públicos, pero es a través de las acciones comunicacionales, donde se debe establecer un mayor mecanismo para difundir y dar a conocer más informaciones.

Por su parte, los tipos de medios de comunicación a través del cual los entes dan a conocer sus informaciones resulta ineficiente, ya que el 79,1% algunas veces, es cuando los ciudadanos se enteran del trabajo o actividades que realizaron, lo que trae como consecuencia una ruptura comunicacional viéndose desfavorable para los organismos.

Mientras que, para el indicador frecuencia al ente público, solo algunas veces constituido por un 82,5% acuden con frecuencia a los entes gubernamentales, lo que trae como consecuencia que no existe afinidad por parte de los habitantes que hacen vida en la jurisdicción, en tener esa interacción comunicacional directa.

El siguiente gráfico, constituye la eficiencia pública, como es visto el trabajo que realizan, lo que arrojó un 85,9% que solo algunas veces la labor que ejecutan es valiosa,

llamando potentemente la atención que las informaciones que los ciudadanos ven divulgadas por diversos medios no son tan trascendentales para la colectividad.

En cuanto al indicador desempeño público, el 86,4% indicó que algunas veces creen que las gestiones municipales no van acordes con las informaciones que salen en los diversos medios de comunicación, trayendo como consecuencia que todas las actividades que realizan deben ser canalizadas por el departamento de prensa para su análisis, jerarquización y posterior publicación. No todos los hechos son transformados en noticia, sino sólo aquellos que resultan seleccionados por los entes para un fin determinado.

Con respecto, al indicador informaciones oportunas, se apreció que un 68,7% de los encuestados, casi nunca están informados con respecto a los beneficios que ofrecen los organismos públicos. Lo que crea una estrecha brecha comunicacional entre su principal objetivo que son sus habitantes, al no estar enterados constantemente, ambas partes se aislarían y no habría soluciones para los conflictos que los que los aquejan ni una pronta respuesta, perdiendo así su foco de atención que es la colectividad.

En la siguiente gráfica, del indicador de frecuencia de publicaciones, arrojó que un 79,9% de los encuestados piensa que las noticias que son divulgadas algunas veces son importantes, esto quiere decir que existe poco interés en la población, lo que deja como evidencia que a los organismos gubernamentales solo les interesa es la cantidad más no la calidad de las noticias.

Con respecto, al indicador comunicación participativa, es alarmante que un 58,5% de la población en estudio considerara que casi nunca, los entes les permiten a las comunidades la posibilidad de establecer una comunicación participativa, respecto a los proyectos, problemas y opiniones. Lo que quiere decir, es que los ciudadanos deben de cubrir esa satisfacción necesaria, siendo esta una pieza clave dentro de las gestiones gubernamentales, sobre ella gira el foco de su razón de ser y en este caso es desfavorable para los entes.

Asimismo, el indicador respuesta oportuna proyectó un 64,8% que refleja solo algunas veces que casi nunca reciben contestación eficaz por parte de los entes gubernamentales a las solicitudes realizadas, lo que quiere decir es que los problemas o conflictos que padece la sociedad no son solucionados de manera pertinente, después de realizar una petición formal, trayendo como consecuencia una crisis comunicacional.

Finalmente, en cuanto al gráfico N° 11 del indicador información pertinente, el 96,3 % de la población en estudio consideró que siempre la comunidad debe estar informada de todas las actividades e informaciones de interés que beneficien a la colectividad, lo que resulta alarmante ya que las instituciones no practican de manera efectiva la comunicación, y no establecen estrategias de información eficaz y eficientes dentro de los niveles organizacionales de manera objetiva, esto limita la toma de decisiones y afecta la comunicación con sus públicos externos.

4.2 Análisis de observación mediante la lista de cotejo

El siguiente instrumento fue diseñado para identificar los factores internos que inciden en la contratación del personal por parte de los organismos públicos, los cuales fueron aplicados a una directora de Recursos humanos, Director General, Analista de cargos e investigadora, lo que permitió hacer una valoración de lo observado. A continuación, se presenta la lista de cotejo con sus respectivos resultados obtenidos:

Cuadro 18 Lista de cotejo

Ítem	Indicadores	Si	No
Conductas orientadas al logro			
1.-	Considera que los trabajadores poseen actitudes y conductas orientadas al logro de las metas de la institución.	X	
2.-	Considera que existe iniciativa por parte de los trabajadores a la hora de efectuar actividades programadas.	X	
Vocación de servicio			
3.-	Existe proactividad por parte de los trabajadores de la institución.	X	
4.-	Cree que los trabajadores reciben capacitación adecuada de acuerdo a la función que desempeña.		X
Autonomía y fuentes			
5.-	Considera usted que tiene autonomía al momento de tomar decisiones para la contratación del personal.		X
6.-	Los empleados a través de su disposición, son útiles y se les refleja la vocación de servicio dentro de la organización.		X
Conocimiento de la información			
7.-	Conocen las diversas áreas fuentes de información e interpretan la realidad para su posterior publicación.		X
8.-	Resuelven de manera oportuna conflictos que se pueden generar con el público externo.	X	
Manejo de plataformas			
9.-	Domina de manera eficiente las diversas plataformas y software tecnológicos para la publicación de informaciones instituciones de interés colectivo.		X
10.-	Están en constante actualización de las últimas tendencias tecnológicas en el mercado para la actualización de las herramientas laborales.		X

Solución de conflictos			
11.- Considera que los empleados entienden, comprenden y saben interactuar y da respuesta a las necesidades de las comunidades.			X
12.- Dirige y coordina equipos de trabajo para la planificación en los diversos medios informativos.	X		
Motivación y ascenso			
13.- La institución motiva a los trabajadores constantemente hacer un trabajo mejor para lograr los objetivos.			X
14.- Siente que los empleados han tenido la oportunidad de aprender y crecer profesionalmente en el ente gubernamental.			X
Organización y seguimiento			
15.- Considera que se hace seguimiento, planifica y organiza oportunamente las actividades a efectuar durante la semana o mes.			X
Manejo de información			
16.- Los canales de comunicación y el manejo de información se ejercen adecuadamente en la institución.			X

Fuente: Elaboración propia (2018)

4.3 Análisis de observación de la lista de cotejo

A través de la observación directa, una vez aplicada la lista de cotejo a la Directora de Recursos Humanos, Analista de cargo, Director general de un ente gubernamental y la investigadora; se pudo constatar que la mayoría de los ítems son desfavorables lo que demuestra que los empleados públicos que contratan o tienen bajo su responsabilidad, se ven perjudicados por problemas de políticas que implementan, afectando directamente la parte comunicacional y el logro de los objetivos.

En este contexto, Dunn (2004) critica el método analítico de descomposición de un problema hasta llegar a su esencia, porque ello implica desconocer que los problemas son interdependientes entre sí. “Ello hace necesario desarrollar una visión integral del problema y diseñar políticas o paquetes de políticas, articuladas e interconectadas que aborden el

problema integralmente. La constatación de la interdependencia de los problemas también exige que la implementación de las políticas públicas que tenga altos niveles de coordinación y articulación”. (p.78)

En cuanto a las conductas orientadas al logro la parte gerencial se apreció que los empleados poseen aptitudes y conductas orientadas al logro, poseen vocación de servicio y existe iniciativa por parte de ellos para llevar a cabo las actividades, lo que no reflejó ningún tipo de inconvenientes en este sentido. Usualmente el comportamiento de los individuos es motivado a las situaciones circunstanciales que crean estados de tensión en procurar satisfacer necesidades existentes.

Esta dinámica es comprendida a la luz a través del modelo de Davis y Newstrom (1993), donde la motivación ocurre como consecuencia de una necesidad que provoca tensión en el organismo, de manera que se realiza un esfuerzo medido por una oportunidad de obtener la meta, que conduce a comportarse de una determinada forma. (p. 87) Dicha actuación traerá como consecuencia una retroalimentación positiva o negativamente al organismo en términos de satisfacción de las necesidades, direccionando como consecuencia la conducta del individuo.

Por su parte, la vocación de servicio es un factor determinante por parte de los empleados que hacen vida en cualquier organización, pero donde existe una proactividad eficiente las cosas funcionan como debe ser, mientras que si no son capacitados cada cierto tiempo con respecto a las funciones en las que desempeñan es ahí donde radica y se generan los problemas, lo que resulta alarmante que no tengan dentro de su plan de trabajo estas formaciones constantes.

Es por ello, que Sherman, Bohlander y Snell, (1999), sostienen que muchos empleados llegan con una importante proporción del conocimiento, habilidades y capacidades necesarios para comenzar a trabajar, mientras que otros requieren una constante capacitación para poder generar aportes a la organización. Sin embargo, la mayoría necesita cierto tipo de capacitación continua, a fin de mantener un desempeño eficaz, o bien para ajustarse a las nuevas maneras de trabajar. (p.67)

Otra tarea prioritaria para los organismos gubernamentales, debe ser que esa cadena de mando les debe permitir tener la autonomía para la contratación del personal calificado para el cargo específicamente del comunicador social, ya que se refleja la existencia de personal en cargos importantes que no poseen competitividad en el área, lo cual es alarmante.

No se escapa de la realidad ese modelo burocrático, planteado por Weber (1944), apareció como una respuesta al ascenso de la formación profesional en el mundo, se planteó como un modelo “ideal” para brindar la mayor eficiencia a las organizaciones. (p. 63). La burocracia y autonomía se erigieron como una respuesta útil ante los efectos negativos del patronazgo y el clientelismo en el empleo público, lo cual se ve reflejado en los entes públicos trayendo como derivación que los empleados sean útiles en sus respectivos cargos.

Sin embargo, los funcionarios públicos del departamento de prensa poseen el conocimiento de las diversas fuentes de información, pero no están capacitados para generar soluciones o dar una respuesta oportuna a ese público externo que hace vida en la jurisdicción, lo que trae como efecto que la comunicación se ve considerablemente perjudicada.

En este sentido, Capriotti (2009) concibe que es de suma importancia la difusión de información desde los niveles superiores hacia los niveles inferiores de la organización; y se deben de priorizar en un conjunto de técnicas de comunicación por parte de los directivos hacia los trabajadores para en lo fundamental diseminar la información, transmitir decisiones y transmitirla. (p.13); si dichos canales se ven distorsionados, el departamento de prensa continuaría aislado y no podrá generar respuestas oportunas.

Con respecto al manejo de las diversas plataformas, softwares especializados y últimas tendencias tecnológicas, se pudo constatar que no utilizan las herramientas

adecuadas para transmitir las informaciones y mucho menos las que tienen están a la vanguardia. Este punto es clave para lograr transmitir las informaciones de interés a su público externo.

Al hablar sobre este aspecto, Criado y Rojas (2013). destacan que las diversas plataformas tecnológicas permiten generar innovaciones en la administración pública, sobre todo en la provisión de servicios y en las dinámicas democráticas. (p.177). Si bien todavía alcanzan a un porcentaje limitado de la población u organizaciones, este tipo de instrumentos puede facilitar la interacción con grupos sociales que tradicionalmente son evasivos al contacto con las entidades públicas.

Es importante considerar, que para la solución de conflictos si no se maneja la información pertinente, no podrán ser generadores de soluciones, a pesar de que se cuente con un equipo de trabajo, dejan de un lado su principal objetivo y punto focal que es su público externo. En esta perspectiva, la motivación, el ascenso y el crecimiento en la organización del trabajador público, debe hacerse una reflexión orientada a entender que la estimulación es individual y está influenciada por los sentimientos, las emociones y conocimiento, a su vez afectados por los hechos en una realidad percibida por el ser humano, lo que implica entender la realidad que lo influye en este escenario.

Según refieren Bateman y Snell (2004), fue Elton Mayo, quien pone en marcha la escuela de relaciones humanas, en sus estudios se evidencia la tendencia a la afiliación por parte de los individuos, creando grupos informales como resultado de una necesidad apremiante a la cooperación, disciplina y seguridad en el trabajo influyendo en hacer productiva a la empresa, en consecuencia el directivo tiene que aprender a despertar en los individuos el interés en el trabajo, y en consecuencia motivarlos, ascenderlos para que crezcan en la institución. (p 31)

Evidentemente, que el ente gubernamental no realiza seguimiento frecuentemente, no posee una planificación pertinente semanal o mensual. Establece los lineamientos los comunica, lo que trae como consecuencia que los canales de comunicación que utilizan en

la actualidad quedan plasmados y el manejo de la información que ejerce falla; trayendo como resultado que la información es solo para algunos funcionarios al igual que las normas y reglas que establecen.

En definitiva, a través de esta lista de cotejo se pudo conocer los factores internos que inciden en el momento de contratar y la comunicación interna del personal directivo con sus empleados, señalando que la directiva debe de revisar sus estrategias comunicacionales y creación de un perfil del comunicador social.

Si en la actualidad la información está centralizada, en el futuro deberá estar descentralizada, si hoy es restringida, mañana deberá ser abierta, si ahora se la concibe como una propiedad burocrática y administrativa, a partir de ahora deberá ser entendida como de propiedad social, si la recopilación, almacenamiento, acceso y utilización de la información obedece a un modelo autoritario, en el futuro deberá corresponder a un modelo democrático para el logro de los objetivos de la organización.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Dentro de las organizaciones específicamente de las públicas, está latente la necesidad de comunicar, pero para que exista esa etapa es necesario mejorar, avanzar y generar bienestar; todo esto es posible con un adecuado proceso donde ese público externo interactúe de una manera oportuna para el beneficio de ambas partes. Asimismo, el buen uso de los recursos económicos asignados, es pieza clave, lo que les permitirá invertir en áreas específicamente orientadas al mejoramiento de su gestión.

Visto de esta forma, es evidente detectar las fallas comunicacionales que existe en las entidades públicas, tanto en su parte administrativa que es gestiona por recursos humanos, así como también en el proceso del área periodística y las consecuencias que han traído con su público externo.

Según el estudio realizado al cuestionario y a la lista de cotejo, articulan la impresión de falta de claridad en los procesos que desarrollan. Entre las principales directrices por parte de recursos humanos se propone lo siguiente:

Pruebas de capacitación y motivación a los empleados remuneradas.

Autonomía a la hora de las contrataciones del personal.

Interpretaciones de la realidad y respuestas oportuna.

Manejo de las diversas plataformas tecnológicas de vanguardia.

Capacidad en la solución de conflictos.

Gestionar el crecimiento profesional organizacional.

Intensificar seguimientos, planificación y organización oportuna.

Dominio de las informaciones.

Mientras que el cuestionario realizado al público externo que hace vida en la jurisdicción se destaca lo siguiente:

Los entes deben seguir presentes en los diversos medios de comunicación.

La población debe tener claro cuáles son las competencias de los organismos.

Las informaciones publicadas y su frecuencia en diversos medios deben ser suficientes para dar a conocer el trabajo que realizan.

La comunicación asertiva y oportuna debe predominar en todo momento.

La comunidad debe estar al tanto de las diversas actividades que realizan para su beneficio junto a una participación y respuesta oportuna.

Ante estos contextos, las municipalidades por ser de carácter estatal y públicas, su labor está orientada a las comunidades donde se encuentran, pero necesitan optimizar el manejo de sus comunicaciones, que se conviertan en un proceso interactivo y asertivo; así como también los mecanismos para mantenerla y que transmita la gestión a la jurisdicción y donde las informaciones emitidas vayan acordes con la labor que ejecutan; ese es el verdadero poder para lograr que la comunidad se interese por conocer y beneficiarse de lo que pasa a su en su entorno.

Las competencias que requieren los comunicadores para el manejo y gestión de la comunicación deben romper los paradigmas académicos y laborales establecidos, es decir, ir orientados a ese perfil del comunicador pero adaptable, el correcto uso conforme a cada problemática o necesidad empresarial, permitirá eficiencia en la gestión del comunicador institucional, optimizando los recursos, preservando la identidad e imagen institucional y posicionándolo como estrategia en el área.

Sin embargo, es preciso dejar claro que buena parte de la solución a la problemática comunicacional existente, está basada en la prioridad que le dé la parte directiva y que estén dispuestos a contratar y a optimizar los actuales mecanismos para asumir cabalmente los roles y funciones. De este modo, gestionar una asertiva interacción de acuerdo a las necesidades, permitirá tener establecido a través de un perfil por competencias en el área de prensa la proyección de acuerdo a los nuevos requerimientos comunicacionales.

A fin de cuentas, no es solo establecer una serie de responsabilidades a través de un perfil, sino de impulsar el funcionamiento entre los empleados y en la medida que sea asumida por todos se pueden lograr los cambios y que, en corto plazo la comunidad cambie de opinión ante la disposición y efectividad de los diversos servicios y beneficios que ofrecen.

Es requerido en forma insistente un perfil de comunicador social, que gestione y maneje la comunicación de las acciones sociales, de vinculación con la comunidad en las organizaciones desde una visión ajustada a la realidad, ampliando los límites de lo organizacional para vincularlo con lo social.

Recomendaciones

Es importante tener en cuenta que, para lograr exitosamente los objetivos de los entes gubernamentales, es necesario que estimule la capacitación y los perfiles de su talento humano, en donde cada funcionario asuma una mayor responsabilidad, convirtiéndose en protagonista de su proceso de aprendizaje y de la definición de sus propias necesidades en función de los requerimientos de su cargo dentro de la organización.

Los entes deben de tomar como punto de partida el rendimiento de cada periodista en pro de un mejor desempeño y desarrollar una gestión por competencias, puesto que éste tema ha impactado fuertemente en las organizaciones a nivel nacional y global, de manera que se reemplacen los actuales mecanismos utilizados y direccionarlos a la búsqueda de un mayor desempeño organizacional.

Por consiguiente, debe llevar a cabo la localización de necesidades comunicacionales, basado en el análisis de los resultados desarrollados en ésta investigación, con el fin de adquirir una mayor efectividad en el mismo, así pone de manifiesto, la brecha resultante entre el desempeño actual y el que debería ser, logrando de ésta forma identificar las necesidades, pero es preciso fortalecer el desarrollo de los procesos de selección y contratación, basándose en la creación de un perfil por competencias.

Adicionalmente, las empresas no solo deben valorar los perfiles en sus profesionales, sino que se convierten en el epicentro de desarrollo de competencias, ya que proveer a los trabajadores de las herramientas necesarias para continuar evolucionando tanto en conocimiento como en su carrera competitiva es fundamental. Es por ello que imposibilita

responder de forma correcta a las necesidades actuales y delata claras carencias en cuanto a falla comunicacional se refiere.

Una vez puesto en marcha dicho perfil, se debe hacer seguimiento y revisión periódicamente de aquellas funciones que de acuerdo al contexto donde se empleen contribuyan valor al cargo; de esta forma el funcionario tendrá una mayor claridad y comprensión de estas y el nivel de responsabilidad que se requieren en su desempeño de una manera integral.

Sin perder de vista lo que significan los nuevos perfiles profesionales, el periodista debe saber cuál es su fuerte y cómo desempeñarse de la mejor manera, pero requiere innovación y de una manera distinta de visualizar las informaciones, gestionándola eficazmente y vincular cada área con su entorno, además de garantizar un ejercicio que trascienda a los desafíos actuales del mercado.

Ante este escenario, se propone el diseño de un perfil profesional por competencias necesarias del comunicador social, para fomentar la comunicación asertiva que debe tener con sus públicos externos. Aplicar la propuesta del perfil por competencias que se propone a continuación incrementará la capacidad para hacer el trabajo, mayor productividad, y mayor calidad; es un modelo adaptable a cualquier ente, basado en la necesidad que tienen las empresas de ser productivas y de mantener una buena comunicación.

CAPITULO V

LA PROPUESTA

5.1 Descripción de la propuesta

La presente propuesta sobre el diseño de un perfil por competencias que debe tener un comunicador social responde a esa problemática comunicacional existente que tiene los organismos gubernamentales con su público externo, con el propósito de generar las competencias necesarias para garantizar el éxito en el desempeño del puesto de trabajo dentro de la organización.

Ahora bien, con la creación de dicho perfil por competencias los funcionarios encargados de las comunicaciones deberán trabajar bajo unas competencias estándares de manera que puedan ser aplicadas a todo el equipo de trabajo, además de una forma explícita para el buen desarrollo de una determinada actividad.

Asimismo, las definiciones deben reflejar aquellas cualidades que los entes deseen transmitir como cultura de la institución debidamente discutida y aprobada por el tren directivo; para posteriormente ponerla en marcha en el departamento de prensa y realizarle su respectivo seguimiento.

De esta manera, se logra reducir esa desinformación que tienen los entes con su público externo, al tener funcionarios públicos del área de ciencias sociales capacitados y aptos para evaluar, rectificar problemas y dificultades que no permiten el logro de una comunicación asertiva.

Este perfil por competencias, se basará en el modelo conductual por competencias de Mertens, el cual se centra en las personas con desempeño superior, se orienta hacia aquellos trabajadores que hacen bien su labor y que sus resultados son los esperados por la empresa, para determinar sus características y sus competencias con la finalidad de definirles un puesto, es decir, es capacidad real para lograr un objetivo o resultado en un contexto dado.

5.2 Objetivos de la propuesta

Establecer una comunicación asertiva eficiente entre los organismos gubernamentales y su público externo.

5.2.1 Objetivos específicos

Identificar las funciones y tareas determinadas necesarias para su desempeño.

Aumentar el nivel de autonomía de los funcionarios públicos.

Optimizar la comunicación externa deficiente existente.

5.3 Justificación de la propuesta

Las razones por las cuales se presenta esta propuesta de perfil por competencia, se debe a esa necesidad que poseen los organismos gubernamentales ante la falta de comunicación con su público externo. Los entes no pueden quedarse aislados por la falta de respuestas oportunas y difusión de informaciones de interés colectivo; por lo tanto, deben mantenerse en contacto con esa realidad diaria y lograr esa interacción.

A través del buen uso, implementación y seguimiento del perfil por competencias que debe tener un comunicador social en el departamento de prensa, los funcionarios tendrán la autonomía y empoderamiento de la información que deben comunicar y responder a ese público externo.

Al poner en práctica este perfil por competencias, permitirá claramente ver las características de cuales funcionarios desarrollan mejor su función, además permitirá ver la situación actual para ajustar los cargos e identificar el potencial de otros empleados para determinadas tareas, así como también elegir a los postulantes con mayores cualidades y formar a los empleados con criterios más claros y medibles.

5.4 Estudios de la factibilidad

En esta etapa de factibilidad se desarrollan los aspectos previamente necesarios que se debe tener en cuenta las instituciones, para la implementación de un perfil por competencias del comunicador social, la asignación de responsabilidades, la administración de cargos y los aspectos financieros. Entre los aspectos a tomar en cuenta se encuentran:

Estudio Técnico

Los organismos municipales cuentan con espacios apropiados para el desarrollo de todas las actividades de sus empleados públicos específicamente de los comunicadores sociales, para desenvolverse de la mano del buen uso de las herramientas tecnológicas, con la finalidad de lograr los objetivos de desempeño establecidos. La mayoría de los entes gubernamentales poseen departamentos de prensa con los equipos necesarios y son los encargados de la difusión de información institucional, ninguna otra dependencia está a cargo divulgar o publicar datos de interés.

Estudio Operativo

Es fundamental que el departamento de Recursos Humanos responsable de la contratación del talento humano, lleve a cabo una descripción de la estructura organizacional del ente público y a partir de ésta, identificar el personal, sus competencias y habilidades para desempeñar de manera óptima las actividades que componen cada puesto de trabajo, de tal forma que dichas pautas satisfagan en su totalidad las necesidades de los mismos para que a corto plazo de entrar en funcionamiento se generarán los cambios dentro del ente y se beneficiará su público externo.

Para la implementación de este perfil por competencias RRHH debe de contar con un presupuesto anual en las partidas de contrataciones, sueldos y salarios, cursos y capacitaciones y equipos técnicos y tecnológicos. Con estos recursos podrán los funcionarios públicos desarrollar sus responsabilidades.

Cuadro 19 Cálculo de costos para inversión en el personal

Partidas Presupuestarias	Inversión Anual
Contrataciones (2)	180.000.000
Sueldo y salarios	1.000.000.000
Cursos y capacitaciones	500.000.000
Equipos técnicos y tecnológicos	800.000.000
Total de inversión	2.480.000.000 bs

Fuente: Elaboración propia. (2018)

Es importante destacar, que los costos mostrados anteriormente, es para que sea tomado en cuenta por el departamento de recursos humanos, en el presupuesto anual en sus diversas partidas presupuestarias, con la finalidad de tener disponibilidad

económica para mantener las asignaciones enmarcadas en el perfil por competencias del comunicador social.

Estudio Institucional

Este es uno de los aspectos en que más se beneficiarán los organismos gubernamentales, con la implementación del perfil por competencias, su principal beneficiario que es su público externo, generará cambios significativos, lo cual permitirá a través de la comunicación asertiva ir de la mano para la solución de conflictos y beneficiar al mismo tiempo. El funcionario público estará dispuesto y competente a través de la implementación de dicho perfil para atender los diversos requerimientos que necesiten; así como también dar a conocer temas de interés colectivo.

Estructura de la propuesta

Considerando los resultados del diagnóstico del perfil por competencias en el ámbito de organismos gubernamentales, es necesario enfatizar que el comunicador social es el canal para la difusión de diversas actividades e informaciones, además debe tener la capacidad de utilizar las diversas plataformas tecnológicas y medios tradicionales, con la finalidad de contribuir con los mecanismos determinados que demandan las organizaciones.

Así como también, es ese profesional que conoce en profundidad los objetivos de la institución y orienta la comunicación a la estrategia general de la misma, aportando a la concreción de los mismos, diagnóstica e implementa planes de acción y busca mantener una visión integral del proceso comunicacional, sin perjuicio de poder especializarse en tareas de asesoramiento, planificación o ejecución.

No obstante, debe ser sensible a la parte social, un planificador e investigador no solo de temas comunicacionales sino también en los ámbitos que requiere la participación de la organización con la sociedad. Por consiguiente, es un estratega de la gestión y su integración con su público, debe estar preparado para reaccionar ante una crisis o acontecimiento imprevisto. El perfil del comunicador social, es la esencia

de cada profesional, en ella se visualiza su formación académica, su experiencia, actitudes y aptitudes para el óptimo desempeño de su rol.

La función e importancia del periodista radica en el compromiso con su oficio, en cuanto más integral y responsable sea este proceso social, su rol será cada vez más necesario y útil, no importa cuánto se extiendan las nuevas tecnologías, sino que el derecho a la información no es propiedad de la empresa, ni tampoco del periodista, sino, por el contrario, es un bien y un derecho social de todos los ciudadanos.

Ante este contexto, se plantea como objetivo general establecer una comunicación asertiva eficiente entre los organismos gubernamentales y su público externo; a tal efecto el perfil por competencias del comunicador social se desarrollará en 5 etapas:

Etapas:

Etapas I: Identificación del cargo.

Etapas II: Objetivos del cargo.

Etapas III: Funciones del Cargo.

Etapas IV: Características del Entorno.

Etapas V: Competencias conductuales.

Etapas I: Identificación del cargo

El departamento de Recursos Humanos, es el encargado de localizar a profesionales de las ciencias sociales que cumplan con las características adecuadas del puesto y para el desarrollo de las actividades, donde mejor se desempeñen para lograr un equipo bien constituido enfocado en la obtención de los objetivos del departamento y por ende del ente público.

En el campo laboral la faena de informar, está ligado al tratamiento informativo y a esa necesidad de transmitir, ante este escenario, el comunicador social es el encargado de dar a conocer a través de su visión lo que ocurre para posteriormente divulgar a su público externo informaciones de interés colectivo.

A este respecto, el departamento de prensa o comunicaciones, se ha convertido en un verdadero factor determinante dentro de las instituciones públicas, las cuales requieren optimizar su funcionamiento en una era de continuos cambios y evoluciones de vanguardia periodística. Por lo cual los entes requieren de un profesional de las ciencias sociales capaz de proyectar nuevas formas de comunicación y aún más debe encontrar su especialidad, que estará bajo las directrices de un director de prensa, y que llevará a cabo su trabajo junto a un equipo de fotógrafo, camarógrafos, diseñador gráfico y demás periodistas que conforman dicho departamento.

Etapa II: Objetivos del cargo

Todo profesional de la comunicación debe tener la capacidad a través de sus conocimientos y aptitudes solucionar problemáticas que surgen dentro de los organismos públicos, donde predominan las habilidades y capacidades sobre los cuales se plantean a continuación:

Nombre del cargo: Periodista Institucional (I, II, III).

Unidad: Entes gubernamentales.

Formación Académica: Profesional Universitario.

Características Profesionales: Profesional Periodista, con conocimientos de la Administración del Estado.

Experiencia: Un año de experiencia laboral. (No limitativo).

Particularidades Personales: Comunicador, creativo, organizado, con capacidad de trabajo en equipo, dispuesto a cooperar, con buenas relaciones humanas, crítico, claridad en los mensajes y su dominio comunicacional.

Con las descripciones de este cargo, el comunicador social debe ser capaz de manejar y construir informaciones públicas favorables del municipio de acuerdo a un criterio de beneficio común. Con el adecuado manejo de las informaciones debe introducir aquellos contenidos en la agenda de los medios que permitan una retroalimentación entre quien emite el mensaje (con una intencionalidad) y quien la recibe, optimizar la comunicación con su público externo. De esta forma responderá a requerimientos y desafíos del cargo.

Etapa III: Funciones del Cargo

Orientar al tren ejecutivo en la difusión de informaciones constantemente, aplicando para ello instrumentos específicos de comunicación institucional.

Elaborar, desarrollar y hacerle seguimiento a actividades públicas y protocolares de los directivos.

Disposición para atender sugerencias y problemáticas y abierto a los cambios.

Vocación investigativa.

Estratega social institucional.

Contribuir a la solución de conflictos entre el ente y su público externo, es decir, un funcionario integrador y mediador.

Conservar, procesar y hacerles seguimiento a publicaciones relacionadas con la administración pública actual.

Divulgar interna y externamente las acciones y objetivos del municipio.

Proponer una asertiva difusión externa (público externo) a las jurisdicciones, a través de las relaciones establecidas con los diversos medios de comunicación social.

Examinar estrategias concernientes al buen uso de las relaciones públicas, comunicación participativa y actividades para el beneficio de la comunidad.

Establecer un canal permanente y consistente de información con todos los medios de comunicación.

Proyectar la imagen corporativa del ente público.

Credibilidad con las informaciones emitidas.

Uso de las innovadoras herramientas tecnológicas.

Sensibilidad social para la transmisión de las informaciones a su público externo.

Dentro de este marco, cada una de estas asignaciones son responsabilidad de sus superiores bajo directrices de una gerencia pública; de igual forma, el director de comunicaciones es el garante del cumplimiento de manera eficiente y eficaz de estas actividades del personal a cargo, así como también de un óptimo ambiente laboral.

El perfil del comunicador social debe iniciar con su vocación investigativa, compromiso, lealtad y credibilidad ante el ente en el cual se desempeña, adaptado a los cambios actuales para convertirse en un estratega social corporativo, que sirva como integrador y mediador con su principal eje que es su público externo, con un dominio sobre herramientas tecnológicas que le permitirá tener esa sensibilidad social que requiere para un desempeño óptimo en sus funciones, ese es el perfil por el cual se apuesta en esta era.

Etapa IV: Características del Entorno

Considerando la propuesta anterior, el perfil por competencias del comunicador social se tomó como punto de partida las funciones que ejecutan actualmente un ente público, por lo tanto, en ese proceso se integran conocimientos técnicos, específicos y tecnológicos. Esa integración de saberes debe proporcionar al empleado una exigencia más sólida, tanto teórica como práctica, que le permitirá su aplicación en distintos entornos del área profesional; dicho perfil es producto de las

condiciones que imperan en los entes. La característica del entorno mejorará como se muestra a continuación:

Cuadro 20 Relación del entorno actual – Entorno deseado con perfil

Entorno actual	Entorno deseado con perfil
Convicción con el ente	Convicción con el mismo, equipo de trabajo y aspiraciones
Búsqueda de estabilidad	Compromiso con el ejercicio y cambio
Enfoque productivo	Enfoque de empoderamiento de la información
Nivel de confianza medio	Nivel de confianza alto
Miedo al cambio	Dispuesto al cambio
Usa la tecnología por necesidad	Uso como hábito de la tecnología e innovación.
Capacidad de respuesta efectiva	Capacidad de respuesta asertiva

Fuente: Elaboración propia. (2018)

Etapa V: Competencias conductuales

Una vez establecidas las competencias específicas para el perfil, se une la teoría de Mertens, que no es más que asociar en igualdad de condiciones, que el desempeño de los comunicadores sociales sea más destacado del promedio de los empleados que hacen vida en los entes públicos y donde la competencia conductual es distinguida.

Mertens (1996) soporta que, “el desempeño efectivo es un elemento central en la competencia y se define a su vez en cómo alcanzar resultados específicos con acciones específicas, en un contexto dado de políticas, procedimientos y condiciones

de la organización”. (p. 69) En ese aspecto la competencia es, sobre todo, una habilidad que refleja la capacidad de la persona y describe lo que puede hacer y no necesariamente lo que hace, una vez definidas de esta forma son entonces, aquellas características que diferencian un desempeño superior de un ejercicio promedio.

Por lo tanto, las competencias constituyen las exigencias del cargo del comunicador social y en la actualidad juega un rol predominante que alcanza la gestión de recursos humanos, se habla de perfil por competencias, pero que inunda todas las áreas de este proceso.

Entre las competencias conductuales apropiadas que deben caracterizar al comunicador social en el cargo que desempeña se indican las siguientes:

Demostrar que comprende y que es capaz de efectuar análisis críticos.

Interpretar la realidad y emitir las informaciones.

Comunicar en forma clara y coherente.

Implementar con precisión intención, acción y demostrar resultados.

Es por ello, que las competencias se encuentran definidas en términos de conductas observables y niveladas en función de criterios de amplitud de resultados; la aplicación de dicho perfil se debe enfocar desde diferentes ángulos, tanto macro estructuralmente, al nivel de la organización como un todo, como desde el punto de vista particular de cada periodista. Por lo tanto, identificar capacidades, conductas asociadas a desempeños superiores forman las bases del dicho perfil. A continuación, se propone una serie de competencias comunicacionales en la organización:

Cuadro 21 Competencias Comunicacionales en la Organización

Función	Descripción
1.- Abrir espacios de diálogo y	Permitirá a los profesionales tener un

<p>construcción de una visión social.</p> <p>2.- Diseñar estrategias de capacitación para integrar los contenidos y los objetivos de la Municipalidad.</p> <p>3.- Evaluar los mecanismos de resolución de conflictos.</p> <p>4.- Priorizar los aspectos de materiales de trabajo.</p> <p>5.- Fomentar la comunicación participativa entre la comunidad y el municipio.</p> <p>6.- Designación de funciones y</p>	<p>horizonte mayor para el trabajo que realizan diariamente. Concretamente, se logra trabajar con una comunicación recíproca entre el ente y sus públicos.</p> <p>Los funcionarios conocerán su entorno, esto implicaría abrir espacios para el cambio de roles que actualmente desempeñan en los distintos niveles del municipio.</p> <p>Esto permitirá adoptar mecanismos más eficientes, acordes a las necesidades y su relación con el entorno.</p> <p>A través del diseño de un plan de acciones permitirá a los profesionales experimentar mejorar sus fallas.</p> <p>Los ciudadanos principal objeto de vocación de servicio, deben sentir un grado de pertenencia con su gobierno local.</p> <p>Permitirá tener clara el ritmo de trabajo al que se pretende llegar, logrando en un corto período de tiempo consolidar la función de la</p>
--	---

<p>responsabilidades.</p> <p>7.- Fortalecer las competencias comunicacionales del tren directivo.</p> <p>8.- Fomentar la comunicación para el cumplimiento de la misión y visión de la entidad.</p> <p>9.- Desarrollar campañas para el fortalecimiento de la cultura organizacional.</p> <p>10.- Apoyar a los procesos de comunicación del ente.</p>	<p>comunicación institucional como una efectiva y asertiva.</p> <p>Brindar a los directivos, jefes y líderes de cada área, herramientas para desarrollar habilidades comunicacionales como parte de su rol en la unidad.</p> <p>Establecer un cronograma de trabajo con los enlaces de comunicaciones para el incentivo de sentido de pertenencia.</p> <p>Jornadas de socialización por parte del director o jefe de área en donde se comenten los avances de la gestión y otros temas de interés para que los empleados públicos sean multiplicadores de la política.</p> <p>Al generar contenidos e informaciones deben cumplir con la política de comunicaciones institucionales establecidas donde sus públicos juegan un rol fundamental.</p>
---	--

Fuente: Elaboración propia. (2018)

Con la siguiente representación gráfica, se muestra el perfil por competencias que debe tener un profesional de la comunicación social para fomentar la

comunicación asertiva entre un ente gubernamental y su público externo; donde se muestran las dimensiones y competencias.



IDENTIFICACION DEL CARGO

- Departamento de Recursos Humanos
- Departamento de Prensa / Comunicaciones
- Profesional de las ciencias sociales / Comunicador Social



OBJETIVOS DEL CARGO

- Periodismo Institucional
- Profesional Universitario
- Capacidades para proyectar nuevas formas de comunicar



FUNCIONES DEL CARGO

- Investigador
- Estratega social y corporativo
- Gestor de medios
- Integrador – Mediador
- Manejo de Tecnología
- Sensibilidad social



CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO

- Convicción
- Compromiso
- Nivel de confianza
- Enfoque
- Dispuesto al cambio
- Habito - Capacidad



COMPETENCIAS CONDUCTUALES

- Asociación en igualdad de condiciones
- Desempeño más destacado que el promedio
- Características que diferencian un desempeño superior

Consideraciones generales

La propuesta ejecutada en este trabajo de grado para organismos gubernamentales, está dentro de las posibilidades de reestructuración al que pueden acceder. El beneficio e importancia de dicho perfil optimizará el rendimiento de las comunicaciones, opinión pública y traerá el fortalecimiento con su público externo a través de los diversos mecanismos a implementar. Puede ser aplicable a cualquier tipo de organizaciones bien sean privadas o públicas.

Mediante la implementación de una buena selección de personal por parte de recursos humanos en base a perfiles por competencias, se reducirá la incertidumbre de que se está contratando a la persona idónea para el puesto idóneo, sin que esto tenga mayores complicaciones; ya que considerando las competencias a desarrollar el margen de error se reduciría.

A partir del establecimiento de competencias, fue realizado el estudio sobre la teoría de Mertens, que se basa sobre capacidades claves decisivas con un desempeño más destacado y que se adapta a todo tipo de negocios, siempre y cuando tengan la estructura en base a competencias, descripción de puestos, proceso de selección y seguimiento.

En este contexto, una condición que ha hecho posible la construcción del perfil por competencias ha sido precisamente no amarrarse a un modelo tradicional, sino utilizarlo como guía o referencia, dando los pasos apropiados de acuerdo a las características de cada contexto, de los tiempos, de las personas, de los modos y estilos de funcionamiento, además de la cultura organizacional.

Determinar las capacidades de los candidatos o empleados dará la oportunidad de integrarlos inmediatamente a su especialidad, por lo que aumenta la productividad y permitirá tener claro el ritmo de trabajo al que se pretende llegar, logrando en un corto período de tiempo consolidar la función de la comunicación institucional como una efectiva y necesaria herramienta de asesoría de la gestión gubernamental.

ANEXOS

Tabla 2 Correlaciones de validez de constructo general

		Conocimiento del Organismo	Competencias del Organismo	Medios de Comunicación	Frecuencia al Ente	Competencias Públicas	Desempeño Público	Informaciones Oportunas	Frecuencias de Publicaciones	Comunicación Participativa	Respuesta Oportuna	Información Permanente	Total Calificación
Conocimiento del Organismo	Correlación de Pearson	1	,449**	,461**	,540**	,460**	,372**	,541**	,447**	,466**	,425**	,560**	,685**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000	,000	,003	,000	,000	,000	,001	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Competencias del Organismo	Correlación de Pearson	,449**	1	,304*	,384**	,261*	,426**	,623**	,308*	,443**	,522**	,416**	,648**
	Sig. (bilateral)	,000		,018	,002	,044	,001	,000	,016	,000	,000	,001	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Medios de Comunicación	Correlación de Pearson	,461**	,304*	1	,284*	,414**	,572**	,398**	,515**	,481**	,415**	,428**	,631**
	Sig. (bilateral)	,000	,018		,028	,001	,000	,002	,000	,000	,001	,001	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Frecuencia al Ente	Correlación de Pearson	,540**	,384**	,284*	1	,268*	,304*	,506**	,345**	,430**	,512**	,428**	,596**
	Sig. (bilateral)	,000	,002	,028		,038	,018	,000	,007	,001	,000	,001	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Competencias Públicas	Correlación de Pearson	,460**	,261*	,414**	,268*	1	,318*	,323*	,458**	,361**	,280*	,566**	,603**
	Sig. (bilateral)	,000	,044	,001	,038		,013	,012	,000	,005	,030	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Desempeño Público	Correlación de Pearson	,372**	,426**	,572**	,304*	,318*	1	,414**	,529**	,493**	,428**	,445**	,648**
	Sig. (bilateral)	,003	,001	,000	,018	,013		,001	,000	,000	,001	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Informaciones Oportunas	Correlación de Pearson	,541**	,623**	,398**	,506**	,323*	,414**	1	,396**	,553**	,558**	,444**	,711**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,002	,000	,012	,001		,002	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Frecuencias de Publicaciones	Correlación de Pearson	,447**	,308*	,515**	,345**	,458**	,529**	,396**	1	,482**	,371**	,579**	,658**

Publicaciones	Sig. (bilateral)	,000	,016	,000	,007	,000	,000	,002		,000	,003	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Comunicación	Correlación de Pearson	,466**	,443**	,481**	,430**	,361**	,493**	,553**	,482**	1	,598**	,450**	,742**
Participativa	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,001	,005	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Respuesta	Correlación de Pearson	,425**	,522**	,415**	,512**	,280*	,428**	,558**	,371**	,598**	1	,367**	,697**
Oportuna	Sig. (bilateral)	,001	,000	,001	,000	,030	,001	,000	,003	,000		,004	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Información	Correlación de Pearson	,560**	,416**	,428**	,428**	,566**	,445**	,444**	,579**	,450**	,367**	1	,774**
Permanente	Sig. (bilateral)	,000	,001	,001	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,004		,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Total Calificación	Correlación de Pearson	,685**	,648**	,631**	,596**	,603**	,648**	,711**	,658**	,742**	,697**	,774**	1
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia. (2018)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. (1999). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. Quinta edición. Caracas Editorial Episteme.
- Abatedaga, N. (2008). *Epistemología y Metodologías para Planificar por Consensos. Comunicación*. Brujas, Argentina. pág. 119.
- Andrade, H. (1991). *Hacia una Definición de la Comunicación Organizacional. La Comunicación en las Organizaciones*. México: Trillas.
- Anastasi, A. y Urbina, S. (1998). *Tests Psicológico*. (7ª Edición). México: Prentice Hall.
- Aguirre, J. (1998). *La Estructuración de la Identidad Profesional del Comunicador Social*. Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Caracas, Venezuela. Recuperado de: <https://books.google.co.ve/books?id=ZF1ChUA9q2wC&pg=PA442&dq=libro+problemativa+de+la+profesionalizacion+del+comunicador+social&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjTjKalrzVAhVBTCYKHfkiCgMQ6AEIJDAA#v=onepage&q=libro%20problemativa%20de%20la%20profesionalizacion%20del%20comunicador%20social&f=false>
- Aguilar Villanueva, Luis F. (1992). Estudio Introductorio. En: Luis
- Aguilar, E. (1992). *El Estudio de las Políticas Públicas*. México: Miguel Ángel. Porrúa
- Baca, U., Cruz, M., Cristóbal, M., Baca, G., Gutiérrez J., Pacheco, A., Rivera, A., Rivera, I. y Obregón, M. (2014). *Introducción a la Ingeniería Industrial*. Grupo Editorial Patria. México.
- Bautista, O. (2011). *La Función del Servicio Público*. D.F, México. Editorial: Planeta.
- Bateman, T. y Snell, S. (2004). *Administración. Una Ventaja Competitiva*. 4 edición. McGraw-Hill Interamericana. México.
- Benavides, J. (1987). *Administración de Instituciones Públicas: Antología*. Volumen 1. San José de Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Berelson y Steiner (1990). *Proceso de la Comunicación*. Recuperado de: <https://www.mailxmail.com/curso-presentacion-resultados-procesocomunicacion>
- Boyatzis, R. (1982). *The Competent Manager*, Ed. John Wiley & Sons, New York.
- Blanco, L. A. (2009). *¿Nuevas empresas, nuevas tendencias, nuevas relaciones públicas?* Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, 28. Año IX, Vol. 28. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Brown (1980). "Principios de Medición en Psicología y Educación". Editorial Manual moderno, México D.F.

- Castillo, A. (2009). *Relaciones Públicas. Teoría e Historia*. Barcelona: Editorial UOC.
- Castells, M. (1999). *La Era de la Información. Economía Sociedad y Cultura*. La sociedad red. México D.F.: Siglo XXI.
- Castro, J. (2012). *Comunica, Lecturas de Comunicación Organizacional*. Madrid, España: Gesbiblo S.L.
- Carrasco (2009) *Metodología de Investigación Científica: Pautas Metodológicas para Diseñar y Elaborar el Proyecto de Investigación*. Lima: Editorial San Marcos.
- Capriotti, P. (2009). *La comunicación interna*. Reporte C&D - Capacitación y Desarrollo.
- Código de Ética del Periodista Venezolano. (1976). *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela* N° 4.338.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (2000). *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*, N° 36.860. (Extraordinario), marzo 24, 2000.
- Criado, I. y Rojas M. (2013). Aproximación general sobre la adopción y uso de las redes sociales en las administraciones públicas. Barcelona. Recuperado de: http://eapc.gencat.cat/web/.content/home/publicacions/col_leccio_obres_digitals/15_redes_sociales/od_15_las_redes_sociales.pdf
- Cunill, G. (1991), *La Participación Ciudadana*. CLADE, Caracas.
- Davis y Newstrom (1993). *Comportamiento humano de trabajo*. México – Mc Graw Hill.
- Dance, F. (1973). *Teoría de la Comunicación Humana*. En F. Dance, *Teoría de la Comunicación Humana*. Buenos Aires: Troquel.
- Dunn, W. (2004), “Análisis de políticas públicas. Una introducción”. 3era Edición. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Esteban, A. (2008) *Principios de Marketing*. 3era Edición. ESIC Editorial. España.
- Fanfani, E. (1996). *La Investigación en Política Social*. Buenos Aires: Lumen.
- Farace, R. (1977). *Communicating and Organizing*. Reading: Addison-Wesley Publishing Company.
- Fracasso, L (2000). *Planificación comunitaria y participación en los procesos de decisión: categorías de análisis y argumentos*. Revista Arbitrada. Barcelona España.
- Gil, R. (1994). *Figuras Sobresalientes de la Comunicación Social: Un Perfil de Ejemplaridad de los Comunicadores*. Caracas: Universidad Católica Andrés, 1994. págs. 89-90.

- Grasso, L. (2006): *Encuestas: elementos para su diseño y análisis*. Encuentro Grupo Editor. Córdoba, Argentina.
- Hernández, S. Fernández, C. y Baptista, P. (2015). *Metodología de la Investigación*. (5ª ed.). México: McGraw Hill.
- Hurtado, J. (2012). *El Proyecto de Investigación*. (7ª ed.) Caracas, Venezuela.
- Instituto Nacional de Estadística. (2011). Censo de Población y Vivienda. Caracas, Venezuela.
- Islas, O. (2003), *Tecnocultura y Comunicación*. Bogotá, Cátedra Unesco de Comunicación Social, Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de: <https://books.google.co.ve/books?id=ZF1ChUA9q2wC&pg=PA128&dq=modelos+de+perfil+del+comunicador+social&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjHidCs2ZHVAhWFCsAKHUgzCPoQ6AEIIDA#v=onepage&q=modelos%20de%20perfil%20del%20comunicador%20social&f=false>
- Kaisery, M. y Amador, B. (2015). *Perfil por Competencias del Cuerpo Directivo de la Empresa C.A. Hidrológica del Centro, desde el Enfoque de Gerencia Pública – UJAP*. Trabajo de Grado. Universidad José Antonio Páez. Venezuela, San Diego.
- Kerlinger (1988). *“Investigación del Comportamiento”*. Editorial McGraw Hill. México.
- Lara, E. (2013). *Autonomía municipal por ley orgánica del poder público en Venezuela*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/autonomia-municipal-por-ley-organica-del-poder-publico-en-venezuela/>
- Ley Orgánica de Descentralización, Delimitación y Transferencia de Competencias del Poder Público. (2003). *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*, N° 37.753 (Extraordinario), de fecha 14 de agosto.
- Manucci, M. (2007). *Comunicación Estratégica Integral*. *Signo y Pensamiento*. XXVI (51), 14-25.
- Martínez, N. (2014). *Perfil por Competencias del Docente de Estudios Generales Letras de la Pontificia Universidad Católica del Perú*. Trabajo de Grado. Universidad Católica del Perú. Lima.
- Massoni, S. (2016). *Avatares del Comunicador Complejo y Fluido del Perfil del Comunicador Social y otros devenires*. Universidad Iberoamericana Puebla, Ecuador. Revista Arbitrada. (1ª ed.). Ediciones CIESPAL 214. Quito, Ecuador.
- Mejía, E. (1994). *Técnicas de Investigación Educativa*. Lima.
- Mertens, L. (1996). *Competencia Laboral: Sistemas, Surgimientos y Modelos*. Montevideo: CINTERFORD.

- Nunnally, J. (1991) *Teoría Psicométrica*. Trillas: México.
- Pascuali, A. (1980). *Comunicación y Cultura de Masas*. Caracas.
- Palella, S. y Martins, P. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. 3ra Edición.
- Pizarro, N. (2017). *Flujo de información y la interacción con los integrantes de cada comunidad*. Argentina.
- Pizzolante, I. (2004). *El Poder de la Comunicación Estratégica*. Bogotá – Colombia. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Petrizzo, M (2005). *La Participación. Significado, Alcances y Límites*”. Caracas: Ediciones CESAP.
- Rebeil, M. (2010). *El Poder de la Comunicación en las Organizaciones*. México, México: AMCO.
- Sabino, C. (2002). *El Proceso de Investigación*. Caracas: Editorial Panapo.
- Sattler (1995). *Evaluación infantil*. Editorial manual moderno. México D.F.
- Sanz, G. (2005) *Identidad Corporativa: claves de la comunicación empresarial*. ESIC Editorial. España.
- Sherman, A., Bohlander, G. y Snell, S., *Administración de recursos humanos*. International Thomson Editores, México, 1999.
- Sierra, C. (2004). *Estrategias para la Elaboración de un Proyecto de Investigación*. (Primera edición). Maracay, Venezuela: Insertos Médicos de Venezuela C.A
- Spencer, L y Spencer, M. (1993). *Competencias en el Trabajo. Modelos para un Rendimiento superior*. En Papers de Formación Municipal, Número 57. Recuperado en: <http://www.diba.es/fl/fitxers/pfm-057esp.PDF>.
- Tamayo y Tamayo. (2006). *El Proceso de la Investigación Científica*. Editorial Limusa, México.
- Torres, H. (2012). *La Sociedad Actual no Despega*. Colombia. Editorial El Colombiano.
- Universidad José Antonio Páez. (2014). *Manual para la Elaboración, Inscripción, Presentación y Defensa del Trabajo Especial de Grado, Trabajo de Grado y Tesis Doctoral*. Valencia, Venezuela.
- Voyenne (1984), *Tipos de Comunicación*. Recuperado de: <https://www.eumed.net/tesis/2006/flsp/2y.htm>

Yagosesky, R. (2011). *La Comunicación Asertiva*. Recuperado de: www.laexcelencia.com/htm/articulos

Weber, M. (1944). *Economía y sociedad*. Buenos Aires: FCE.

Wolf, M. (1987). *La Investigación de la Comunicación de Masas*. Buenos Aires – Argentina. Recuperado de: <https://catedracoi2.files.wordpress.com/2014/05/wolf-mauro-investigacion-de-la-comunicacion-de-masas.pdf>

Zavala, O. (2013). *Perfil Académico Profesional de Competencias Específicas para la Licenciatura en Educación Informática en la Universidad Panamericana del Puerto*. Unipap. Trabajo de Grado. Puerto Cabello, Venezuela.

Zambrano, A. (2011). *Planificación Estratégica, Presupuesto y Control de la Gestión Pública*. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.