



**UNIVERSIDAD DE  
SOTAVENTO, A.C.**



**“IMPORTANCIA DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN  
EN LAS RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS.”**

**TESIS**

Que para obtener el título de:

**Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Presenta

**Julián del Carmen Guzmán Jiménez**

Revisor 1:

**Lic. ALICIA SANCHEZ SUAREZ**

Revisor 2:



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*DEDICO ESTE TRABAJO A:*

*MI FAMILIA:*

*Por Estar Conmigo En Todo Momento, En Las Buenas Y En Las Malas, Por Orientarme Con Sus Consejos Y Su Convivencia Diaria, Por Creer En Mí Y Brindarme Un Punto De Apoyo Cuando Lo Necesito.*

*AGRADEZCO A DIOS:*

*Por Regalarme La Vida Y Permitirme Seguir Superándome Día Con Día Como Ser Humano Y Brindarme La Fortaleza Necesaria Para Seguir Adelante Con Mís Proyectos.*

A MIS PADRES Y HERMANOS:

*Por Estar Conmigo Cuando Más Los Necesito Y Bríndarme Su Apoyo Y Confianza, En Especial A Tí Mamá, Por Tus Desvelos Y La Confianza Que Has Depositado En Mí, Por Creer Siempre En Mis Proyectos Y Estar A Mí Lado En Todos Mis Logros Y Fracasos, Por Tus Sabias Palabras Y Consejos.*

A LA LIC. ALICIA SÁNCHEZ SUÁREZ:

*Por Su Paciencia Y Dedicación, Por Haberme Brindado Su Tiempo Y Esfuerzo En La Realización De Este Trabajo, Por Sus Conocimientos Y Consejos.*

A LOS CATEDRÁTICOS:

*A Todos Ellos, Por Impartirnos Las Materias En La Facultad, Por Bríndarnos Su Experiencia Y Conocimientos, Por Darnos Su Amistad.*

AL "SERPENTARIO":

*A Los Que Integraron Ese Maravilloso Equipo De Trabajo Durante La Licenciatura, A Ustedes Chicos, Por Su Paciencia Y Comprensión, Por Demostrar Tener Tablas Para Realizar Buenos Trabajos Y Tener La Tenacidad Para Lograr Los Objetivos, Fue Un Honor Trabajar Con Ustedes.*

*A MIS AMIGOS:*

*A Ustedes Que Con Toda La Paciencia Del Mundo Me Han Enseñado El Valor De Una Verdadera Amistad, Me Han Demostrado Ser Incondicionales En Las Buenas Y En Las Malas, Por Hacer De Mis Días Nublados Días De Intensa Luz, Por Sus Risas Y Abrazos Fraternalnes, Pero Sobre Todo Por Su Confianza Y Amistad; Por Su Sentido Del Humor Y Las Charlas Del Café, Adriana, Cesar Y Roxana.*

*POR TODO ESTO MUCHAS GRACIAS.*



## **INDICE**

### **INTRODUCCIÓN.**

## **CAPITULO I: RELACIONES PÚBLICAS**

<b>1.1 Definición De Relaciones Públicas.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Funciones de las Relaciones Públicas.....</b>	<b>2</b>
<b>1.3 Antecedentes históricos.....</b>	<b>3</b>
<b>1.4. La función de la comunicación en las Relaciones Públicas.....</b>	<b>5</b>
<b>1.5 El Proceso de comunicación en las Relaciones Públicas.....</b>	<b>6</b>
<b>1.6 Las formas de comunicación en las Relaciones Públicas.....</b>	<b>8</b>
<b>1.7 División de públicos.....</b>	<b>9</b>
<b>1.7.1 Relaciones Públicas externas.....</b>	<b>10</b>
<b>1.7.2 Relaciones Públicas internas.....</b>	<b>11</b>
<b>1.7.2.1 Preceptos básicos.....</b>	<b>11</b>
<b>1.7.2.2 Recursos humanos.....</b>	<b>11</b>

## **CAPITULO II: LOS GRUPOS**

<b>2.1 GRUPO.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.1 Definición de grupo.....</b>	<b>13</b>

2.1.2 Características de los grupos.....	14
2.2 Clasificación de grupos.....	14
2.2.1 grupos de contacto directo.....	15
2.2.2 Clasificación según Sprott.....	16
2.2.3 Clasificación según Cartwright y Zander.....	17
2.2.4 Clasificación según Mc Iver y Page.....	18
2.2.5 Clasificación según Lindgren.....	18
2.3 Razones para pertenecer a un grupo.....	19
2.4 Propiedades comunes de los grupos.....	21
2.5 Clasificación de roles dentro de un grupo.....	23
2.5.1 Roles para la tarea del grupo.....	24
2.5.2 Roles de constitución y mantenimiento del grupo.....	25
2.5.3 Roles individuales.....	26
2.5.4 Roles de tipo Psicodramático.....	27
2.6 Aspectos éticos del comportamiento organizacional.....	28
2.7 Equipos de trabajo.....	29
2.7.1 Objetivos comunes.....	30
2.7.2 Factores.....	30
2.7.3 Reglas.....	31

## **CAPITULO III: COMUNICACIÓN GRUPAL Y LIDERAZGO**

3.1 Funciones de comunicación.....	33
------------------------------------	----



3.1.1 Proceso de comunicación.....	34
3.1.2 Redes formales de comunicación.....	35
3.1.3 Barreras de comunicación.....	36
3.1.4 Habilidades de comunicación.....	38
3.2 El liderazgo y el líder.....	41
3.2.1 El liderazgo.....	41
3.2.2 Atributos del liderazgo.....	42
3.2.3 El líder.....	43
3.2.4 Tipos de líderes.....	43

## **CAPITULO IV: COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS**

4.1 Importancia de la comunicación en las Relaciones Públicas Internas....	46
4.2 Medios de comunicación hacia el personal.....	47
4.2.1 Manual de bienvenida.....	47
4.2.2 Boletín mural o tablero de anuncios.....	48
4.2.3 Revistas o periódicos privados de la organización.....	49
4.2.4 Anexo al sobre de sueldo.....	50
4.2.5 Cartas personales.....	50

4.2.6 Actividades sociales diversas.....	50
4.2.7 Folletos y conferencias para comunicaciones especiales....	51
4.2.8 Reuniones individuales o entrevistas personales.....	51
4.2.9 Circulares internas.....	52
4.3 Medios de comunicación del personal hacia los directivos.....	52
4.3.1 Buzón de sugerencias.....	53
4.3.2 Juntas.....	53
Conclusiones.....	55

## INTRODUCCIÓN.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo primordial identificar *la importancia del proceso de comunicación en las Relaciones Públicas Internas* dentro de una organización; esto nos permitirá percatarnos sobre su falta de valoración para una mejor participación e integración por parte del personal de una organización y lograr un buen desempeño laboral.

Logrando de esta manera una mejor aceptación y mayor participación por parte del personal que integra una organización, creando así una conciencia positiva de participación y disponibilidad en cada uno de los integrantes de la organización.

Permitiendo el desarrollo individual y colectivo por parte de los integrantes en el mismo ámbito laboral y cultural; ayudando a las mejoras de las Relaciones Humanas entre los integrantes que conforman una organización.

El trabajo de investigación estará enfocado a identificar la importancia del proceso de comunicación en las Relaciones Públicas internas dentro de una organización.

Las Relaciones Públicas forman parte importante de la función administrativa de una organización o empresa, es importante destacar que la principal finalidad de la Relaciones Públicas, responde principalmente al propósito de acercar, comunicar e interrelacionar la empresa con quienes la integran y con los diversos sectores externos, que se encuentran potencialmente ligados a la organización.

La importancia de esta investigación esta direccionada a auxiliar en la labor cotidiana de una organización.

Las Relaciones Públicas son la función administrativa que valúa las actitudes públicas, identifica las políticas y procedimientos de un individuo o una organización con el interés público, planea y ejecuta un programa de acción para ganar la comprensión y aceptación pública.

Las Relaciones Públicas forman parte de la función administrativa de la organización, lo equipos de trabajo forman parte del programa de Relaciones Públicas Internas de una organización, las cuales tienen enorme influencia sobre la operación y aceptación de toda organización.

Las actividades regulares, los proyectos de ejecución y las concepciones futuras tienen una incidencia decisiva y fundamental en la fijación y en la determinación de las metas a seguir dentro de una organización.

El programa de Relaciones Públicas de la organización es elaborado en base de objetivos para el buen funcionamiento y evolución de la misma, esta orientado a los diferentes tipos de públicos, externos e internos, con la finalidad de alcanzar una comunicación efectiva y entendible entre el público y la empresa.

Para alcanzar los objetivos trazados para este trabajo de investigación, se ha realizado un estudio de tipo bibliográfico y descriptivo, sobre las causas y factores que intervienen en la aplicación de las Relaciones Públicas Internas en el proceso de comunicación.

En el **CAPÍTULO I**: en el primer capítulo se verá el marco teórico de las Relaciones Públicas, las diferentes definiciones que proponen diversos autores para entender los fundamentos básicos que tendrá este trabajo de investigación.

En el **CAPÍTULO II**: se analizarán dos temas generales: el trabajo en equipo y grupos, para entender las características de estos dos conceptos, los cuales se verán reflejados posteriormente en la aplicación de las Relaciones Públicas, para entender el comportamiento de las relaciones humanas dentro de la organización.

En el **CAPÍTULO III**: en este capítulo veremos la importancia y la influencia que tiene la comunicación grupal en la conducta de los miembros del grupo, además resaltaremos la importancia y las funciones de la comunicación en las diversas redes de comunicación, viendo también los diferentes tipos de barreras en comunicación, para así poder entender el buen desempeño de un grupo a cargo de un líder y la importancia que este tiene ante el grupo, y de esta manera poder entender las Relaciones Públicas internas en el proceso de comunicación.

En el **CAPÍTULO IV**: veremos que son las Relaciones Públicas internas y los diversos tipos de herramientas que utilizan para su aplicación y lograr por medio de estas un buen desempeño dentro de las organizaciones, con los integrantes de la misma, resaltando la importancia que tiene el personal para la organización y poder entender la importancia que tienen las Relaciones Públicas internas con los diversos tipos de públicos dentro de una organización, además de resaltar la importancia del proceso de comunicación en las Relaciones Públicas Internas, este es importante ya que tiene el papel y la tarea primordial de intercomunicar a los integrantes de una organización, es decir es el encargado de la interacción entre los individuos de una organización; para lograr los objetivos y metas propuestas dentro de la organización.

La meta que se pretende conseguir es: identificar la importancia y corroborar la eficacia del proceso de comunicación en las Relaciones Públicas Internas.

La finalidad de esta investigación es: resaltar la importancia del proceso de comunicación en las Relaciones Públicas Internas; para poder comunicarnos con efectividad dentro de un grupo y obtener herramientas necesarias que nos permitan desarrollarnos mejor y ser más competitivos.

Cuando nos integramos a equipos, organizaciones, empresas y nos comunicamos libre y correctamente, podemos hacer más actividades y mejorar nuestra calidad de vida.

Para ello necesitamos dejar a un lado nuestras frustraciones y permitir que los demás también opinen y compartan con nosotros sus conocimientos, experiencias y expectativas, cuando nosotros estemos en condiciones de hacer lo mismo, entonces nos estaremos comunicando adecuada, efectivamente y estaremos trabajando en equipo.

Cuando integramos equipos de trabajo y nos comunicamos adecuadamente, se pueden realizar más y mejores actividades.

El trabajar en equipo agiliza las tareas diarias, tenemos que usar la comunicación, ser líderes o bien seguidores, aceptar nuestras limitantes, esforzarnos siempre por ser buenas personas e integrantes de la organización, debemos compartir información, ser tolerantes con todos, utilizar la empatía y no olvidar que la comunicación es primordial en el ámbito cultural y laboral.

Recordando siempre que para lograr estos fines es importante el proceso de comunicación en las Relaciones Públicas Internas de toda organización, ya que nos facilitara y ayudara en el mejoramiento de la comunicación.

**CAPITULO I**  
**RELACIONES PÚBLICAS.**

## **CAPITULO I: RELACIONES PÚBLICAS.**

### **1.1 Definición de Relaciones Públicas.**

Algunos autores las definen como un proceso continuo, como una función gerencial, como una disciplina científica, a continuación se mencionan algunas de estas definiciones:

“ J.C. Seydel las define como un proceso continuo, por medio del cual el personal directivo trata de obtener la buena voluntad y la comprensión de sus clientes, sus proveedores, sus empleados y el público en general. Para ello usa, interiormente, el autoanálisis y la corrección de sus propios errores y exteriormente, todos los medios de comunicación a su alcance”.

“Para la Public Relations News son una función gerencial que evalúa las aptitudes publicas, identifican las políticas y procedimientos de una organización con el interés publico, y ejecuta un programa de acción para ganar aceptación y entendimiento publico”.

“Para la sociedad de RR PP de Norteamérica, tienen por objeto favorecer una mejor comprensión y colaboración reciproca entre diversas personas o grupos de personas, organismos y comunidades de la sociedad moderna”.

“Lic. Antonio E. Di Genova define a las relaciones publicas como una disciplina científica que se relaciona y nutre de otras ciencias y que, a partir de un proceso integrativo, se propone posicionar una buena imagen institucional, vinculando y generando valores comunes y compartidos entre una organización y los distintos públicos con los que interactúa”.

Se llama **Relaciones Públicas** (a veces **RR.PP.**) al arte y ciencia de gestionar la comunicación entre una organización y público clave para construir, administrar y mantener su imagen positiva. Es una disciplina planificada y deliberada que se lleva a cabo de modo estratégico. Tiene la característica de ser una forma de comunicación bidireccional, puesto que no sólo se dirige a su público (tanto interno como externo) sino que también lo escucha y atiende sus necesidades, favoreciendo así la mutua comprensión entre la organización y su público, facilitando las maneras de comunicación y entendimiento entre los mismos.

## 1.2 Funciones de las Relaciones Públicas.

Función directiva que crea, desarrolla y pone en práctica políticas y programas destinados a influenciar a la opinión pública o estimular la reacción pública respecto a una idea, un producto o una organización. El campo de actuación de las relaciones públicas ha ido ganando importancia en el terreno económico, social y político de muchos países. Dentro de las relaciones públicas se incluyen la publicidad, las actividades de promoción y las relaciones con la prensa. Las relaciones públicas no son incompatibles con las actividades de marketing y de comercialización para crear un clima favorable para las ventas.

“Las **Relaciones Públicas** (RR.PP.) son la comunicación interna y externa (uso de símbolos y actos simbólicos) para informar e/o influir en escritura de utilización de públicos específica, control de comercialización, publicidad, promociones, y acontecimientos especiales, las Relaciones Públicas se caracterizan por ser la herramienta más efectiva de comunicación.

Las Relaciones Públicas son un conjunto de acciones de comunicación y persuasión coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo, fortalecer los vínculos con los distintos públicos, para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes o futuras. Asimismo se emplean para la promoción de servicios, lugares, comercios, productos, e incluso países”<sup>1</sup>.

Las Relaciones Públicas pueden obtener un impacto mucho mayor que la publicidad a un coste más reducido; Actualmente existe una creciente similitud de productos y servicios debido a que el mercado es cada vez más amplio. Frente a esto la publicidad ya no basta porque ha perdido credibilidad y se hace sumamente necesario encontrar una herramienta que permita diferenciarse a las empresas. Aquí entran en juego las relaciones públicas como disciplina que, mediante una gestión estratégica, logran diferenciar a la organización de sus competidoras, Las Relaciones Públicas logran un mayor beneficio a un menor costo.

La empresa paga a personas para que elaboren y difundan la información deseada. Con todo, las Relaciones Públicas, forman un pequeño apartado dentro del programa de marketing de la compañía, las personas de Relaciones Públicas son el puente entre la alta administración y los trabajadores.

---

T<sup>1</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones\\_P%C3%BAblicas](http://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_P%C3%BAblicas)



### 1.3 Antecedentes históricos.

Las Relaciones Públicas, se inventaron porque una gran variedad de organizaciones no podían prescindir de ellas; reconociendo así que el entendimiento y la aceptación entre sus principales elementos constitutivos eran requisitos esenciales para sobrevivir. Reconocieron que el concepto de que el rendimiento y la conducta, junto con la comunicación e interpretación, son iguales a la reputación. Reconocieron la noción de que en algún punto de esta combinación existía la necesidad de especialistas con habilidades específicas.

La necesidad y los problemas, que traen consigo causas y efectos, integran lo que se denomina el clima de la Relaciones Públicas en la sociedad.

“El principal uso de las Relaciones Públicas en los siglos XVIII y XIX correspondió a las esferas políticas y gubernamentales. El comercio y la industria, los principales usuarios de las Relaciones Públicas modernas, intervinieron un poco más tarde en este campo. A comienzos del siglo XX se utilizaron las Relaciones Públicas para denunciar algunas actividades deshonestas de grandes corporativos”.<sup>2</sup>

“Las Relaciones Públicas tienen como principal objetivo, fortalecer los vínculos con los distintos públicos, para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes o futuras; son un fenómeno y una necesidad de nuestro tiempo. Han sido creadas por las fuerzas que han acrecentado el ritmo del mundo fundiendo a la gente en tantos grupos diversos, cada uno en búsqueda de diferentes objetivos, pero debiendo todos trabajar juntos hacia la consecución de comunes adelantos y progresos”.<sup>3</sup>

La creciente complejidad de la civilización ha creado problemas no previsibles siquiera cuando las clasificaciones sociales, económicas, políticas y religiosas eran simples y claras.

Las fuerzas que han cambiado al mundo en menos de una centuria han sido fuerzas igualitarias. Han exaltado grandemente la posición y la importancia de las masas

---

<sup>2</sup> [www.infosol.com.mx](http://www.infosol.com.mx)

<sup>3</sup> Idem

y han reducido grandemente el poder y el control de los dirigentes; como jamás antes en la historia, la gente esta dirigida hoy día por su propio criterio, ellos son sus propios maestros, guiados solamente por sus propias opiniones expresadas a través de las costumbres y demandas de los grupos a los que pertenecen, tales como “granjeros”, “asalariados”, católicos”, “griegos”, etc.

“Las Relaciones Públicas empezaron como publicidad –ahora esta es solo uno de sus aspectos- porque como siempre es difícil para gente con diferente formación conocer y comprender a los demás de sí mismo. Al desarrollarse, las Relaciones Públicas han venido a incluir muchas otras funciones de propagar “algo” acerca de alguien o de algún grupo; dicen al grupo lo que los otros piensan de él; ayuda al grupo a decidir lo que debe hacer par conseguir la simpatía de los demás; planea caminos y medios de obtener esta buena disposición y lleva acabo las actividades dedicadas a conseguirla. En el proceso de realizar todo esto se engloba una gran cantidad de funciones, conceptos y técnicas diversas”.<sup>4</sup>

El concepto de Relaciones Públicas ha variado con el correr del tiempo, pero hoy su principio fundamental es que una organización existe no solo para provecho propio, sino para el de todos; y privilegia la necesidad de servir al público. Han sido históricamente utilizadas con fines tácticos; pero la naturaleza de los temas que aborda, son tenidas en cuenta cada vez más como un “recurso estratégico”, del que las instituciones no pueden prescindir sin correr el riesgo de no contar con el apoyo de la opinión pública.

En la era moderna, las últimas décadas principalmente, han convertido a las Relaciones Públicas en un campo de actividad con prácticas, técnicas, habilidades y fronteras reconocibles. Todas las organizaciones e instituciones de importancia han establecido o deberían establecer a las Relaciones Públicas como una función importante del personal para ayudar a la administración a desempeñar sus actividades.

Las relaciones Públicas existen en la actualidad porque presencia de una necesidad perceptible de ellas. Esta necesidad es un reflejo de las tendencias fundamentales en la sociedad, las cuales han creado la necesidad de las Relaciones Públicas. Dichas tendencias han hecho que las Relaciones Públicas resulten indispensables, y las organizaciones deberían usar y de hecho utilizan las Relaciones Públicas como una función administrativa ya sea que les den ese calificativo u otros; a su vez, estas mismas tendencias fundamentales han creado problemas específicos para los profesionales de las Relaciones Públicas.

Hoy en día las Relaciones Públicas se les puede definir como una disciplina científica que se relaciona y nutre de otras ciencias.

---

<sup>4</sup> *Ibidem*

El propósito de describirlas para el beneficio de todos y cada uno, en manera que los esfuerzos de los diferentes grupos para progresar sea acelerado; así pues, cualquiera que tenga alguna responsabilidad o función de relaciones Públicas y esto, en un sentido amplio, incluye a todos puede conocer las formas de proteger y desarrollar la buena disposición de los demás y así la “profesión” de las Relaciones Publicas puede desarrollarse de una manera ordenada en beneficio de todos los que practican así como aquellos que la utilizan.

#### **1.4 La función de la comunicación en las Relaciones Públicas.**

La mayoría de las definiciones de comunicación comienzan con la búsqueda de la sinergia como la cuestión más importante que afecta a la forma en la que las organizaciones despliegan la comunicación corporativa como herramienta de dirección; La descripción de comunicación enfatiza la necesidad de armonización de todas las formas de comunicación internas y externas. Hay una creciente necesidad de conocimiento sobre como dar forma a la búsqueda de la coordinación e integración en la comunicación.

Esto significa una mejor comprensión de los procedimientos de toma de decisión eficientes y efectivos, y estructuras organizativas relacionadas, para lograr establecer conexiones entre la estrategia organizativa, y la estructura e implantación de la estrategia de comunicación global.

La organización de la comunicación consiste de cuatro materias interrelacionadas:

Primera: localización de la función de comunicación dentro de las organizaciones, es decir, ¿Cuáles son las tareas que propiamente pertenecen a la comunicación? Y, ¿qué estructuras organizativas o departamentos deberían crearse para implantarlas?.

Segunda: es la organización del proceso de comunicación: es decir, la planificación de todas las formas de comunicación internas y externas, utilizadas por la organización.

Tercera: es la coordinación de la función y el proceso de todas las actividades de comunicación de una empresa.

Cuarta: es la creación de factores críticos de éxito para una organización efectiva y eficiente, tanto la función como el proceso de comunicación.

### **1.5 El proceso de comunicación en las Relaciones Públicas.**

La comunicación es un proceso dinámico entre individuos y/o entre grupos, que mediante el intercambio de información por medio de símbolos y de mensajes, conlleva a un proceso de interacción social; entendiéndose como la forma por la cual existen y se desarrollan las Relaciones Humanas.

“La comunicación es un proceso social, y se entiende como el intercambio, interacción o interrelación por medio de símbolos y sistemas de mensajes, y se considera un proceso por el hecho de que esta planificada, dirigida y controlada, es decir:

*a) Planificada*, porque mucho antes de que se inicie la transmisión de palabras o signos que componen el mensaje, ya ha ocurrido un proceso previo de concepción, maduración, codificación y articulación a las necesidades propia de cada canal.

*b) Dirigida*, porque el proceso comunicativo no es espontáneo, no transcurre por generación propia, sino que se organiza en todas las etapas de su estructura.

*c) Controlada*, porque en cada instante del proceso se puede medir sus resultados y sobre esta base se proceden a remodelar el sistema para conseguir mejores efectos.

En la comunicación son tres los componentes fundamentales que forman el armazón de los procesos de comunicación:

1) Una persona que expresa algo (emisor).

2) Lo expresado o sea el mensaje (código).

3) Una persona que recibe lo expresado (receptor).

El campo de la comunicación debe entenderse como el sistema de reacciones entre estos tres componentes.

En la actualidad, para definir comunicación hay que distinguir entre los factores que conllevan a la interacción entre los componentes del proceso de comunicación por medio de símbolos y sistemas de mensajes:

*a) Información:* quien intenta informar tiene por propósito transmitir un mensaje a un receptor, independientemente de la respuesta de éste. Ej.: informe meteorológico, decisiones de un jefe, instrucciones de un manual, etc.

*b) Persuasión:* quien intenta persuadir desea obtener una determinada respuesta, mediante un proceso comunicacional en el que el otro también obtiene lo que desea o lo que "cree" que desea. Este proceso es en ambas direcciones y los roles de persuadir y persuadido se intercambian a menudo con facilidad. La persuasión no es algo que se le hace a los otros, sino que es dinámica, y tiene lugar con los otros. La comunicación persuasiva solo tiene lugar en la medida que la retroalimentación obtenida es la esperada, caso contrario, no hubo comunicación, sino que se produjo un intercambio de información.

*c) Entretener:* quien quiere entretener persigue un propósito recreativo. Se busca mantener la atención y el principio de placer del destinatario durante toda la transacción. Este tipo de comunicación tiene un fin consumatorio, no se espera ninguna respuesta más allá de la aprobación”<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> <http://www.monografias.com/trabajo28/comunicación/comunicación.shtml>

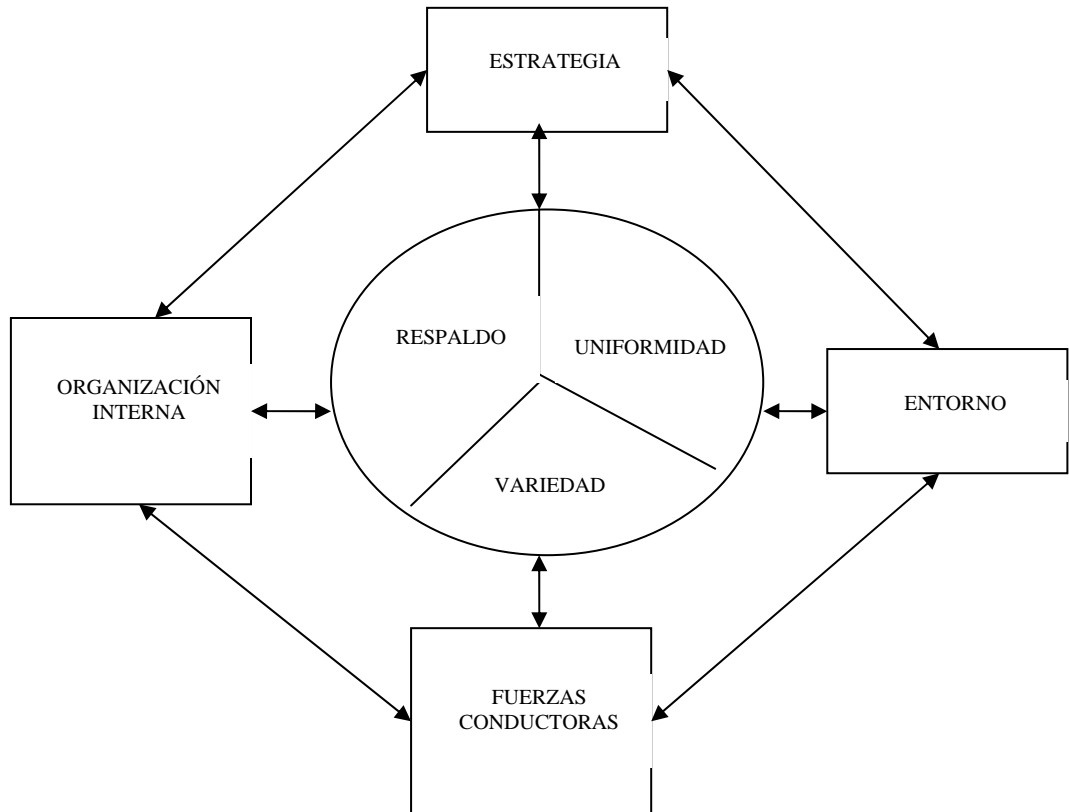
## **1.6 Las formas de comunicación en las Relaciones Públicas.**

La variedad de especialidades en comunicación, y la diversidad de responsabilidades jerárquicas y geográficas en la comunicación, requieren, en general, organizaciones que desarrollen una política clara con respecto del grado de libertad de ejecución que se permitirá a los directores de comunicación. Las organizaciones podrán usar varios métodos para estimular la “cooperación entre todos los especialistas de comunicación”.

“Introducir un estilo corporativo uniforme, trabajar con puntos de partidas comunes de comunicación dirigir la toma de decisiones mediante reglas presupuestarias estrictas, negociar las decisiones vitales de comunicación en los comités de coordinación, y por ultimo, pero no por ello menos importantes, definir de base de comunicación corporativa por medio de la elección de uno de los tres factores centrales de la identidad corporativa “uniformidad, variedad, o respaldo” como “corriente principal” de la política de identidad corporativa de la organización”.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> BYAN, Riel, Cees B. M., comunicación corporativa, Ed., Prentice Hall, Madrid, España, 1997, P.p.169



**Fig. 1: MODELO SIDEC**

### 1.7 División de públicos.

Estos se dan en función de los principales sectores que actúen alrededor de la organización. Cada uno de estos sectores, realiza una especial contribución a la organización y al desarrollo de la sociedad en forma de: trabajo, capital y servicios.

Los públicos responden siempre a dos grupos: *internos* y *externos*

a) *Internos*, que componen los accionistas e inversores y el personal de la empresa.

b) *Externos*, que involucra a todos los sectores que actúan a su alrededor, estos pueden ser efectivos como clientes, proveedores, etc. O potenciales, como los posibles compradores.

También pueden ser indirectos, entre los que están agrupados el gobierno, las entidades empresariales y la propia comunidad.

Algunas de las características que identifican a los públicos son: la edad, el sexo, el nivel socioeconómico, la profesión, la actividad laboral o la función que desempeñe, los intereses personales, los gustos, preferencias, hobbies y las necesidades que tienen.

Una vez tomando en cuenta los factores anteriores, se comienza a ser una investigación interna y externa e la organización, misma que debe realizarse objetivamente y analizarse a profundidad. La trilogía empresa-público-objetivos comprenden los factores indispensables para la materialización de cualquier planteo de Relaciones Públicas.

También interesa investigar el proceso de la comunicación, los medios de prensa, el carácter de la publicidad y la propaganda, las posiciones individuales y colectivas de profesionales, gubernamentales y empresarios, con vistas a desarrollar un panorama que permita reunir los mayores elementos sobre todo lo que se programe o se realice.

Las Relaciones Públicas deben cumplir con la función de consolidar la comunicación tanto interna como externa.

### **1.7.1 Relaciones Públicas externas.**

Responden principalmente al propósito de acercar, comunicar e interrelacionar la empresa con quienes la integran y con los sectores externos que se encuentren efectiva y potencialmente ligados.

Las actividades regulares, los proyectos de ejecución y las concepciones futuras tienen una incidencia decisiva y fundamental en la fijación y en la determinación de las metas a establecer.



El estilo de vida que caracteriza la empresa, su filosofía, el carácter de las realizaciones, son también factores decisivos y de gravitación en las políticas que se propongan.

Algunos elementos a consideración son la proyección y la ubicación geográfica de la entidad y el personal, ya que el grupo humano posee características, costumbres, niveles e intereses propios y comunes que los identifican, es decir, comparten la misma cultura organizacional.

Además están los vendedores que difunden la imagen institucional de la empresa, los proveedores, los poderes públicos, directamente relacionados con las políticas nacionales, provinciales y municipales, así como la acción de los organismos gubernamentales y los medios legislativos, que asumen su rol principalmente por la incidencia que esas normas, traducidas en leyes, decretos, ordenanzas, resoluciones o disposiciones, tienen en la marcha regular de la empresa.

## **1.7.2 Relaciones Públicas internas.**

### **1.7.2.1 Preceptos básicos.**

En las relaciones públicas con el personal de una organización se debe mostrar interés por los asuntos y problemas del personal, hay que tomar en cuenta que los recursos humanos tienen diversas necesidades, las cuales piensan cubrir con el trabajo como lo son:

- a) *Necesidad de pertenecer a algo*
- b) *Necesidad de dignidad*

- c) *Necesidad de seguridad*
- d) *Necesidad de perfeccionamiento o mejoramiento personal*
- e) *Necesidad de Poder Creador*
- f) *Mostrar interés por los asuntos y problemas del personal.*

### **1.7.2.2 Recursos humanos.**

El personal no es solo un recurso más, en la organización, como las instalaciones o los recursos financieros, sino que, por encima de todo la organización esta compuesta por seres humanos que buscan satisfacer necesidades de diversa índole a través del trabajo y que, tratar de satisfacerlas es una de las responsabilidades de aquella.

Las necesidades que busca satisfacer el ser humano no se reducen a las económicas o materiales, sino que abarcan también otra clase de necesidades muy importantes, las de tipo psicológico.

Howard Wilson clasifica las necesidades psicológicas de la siguiente manera:

a) *Necesidad de pertenecer a algo*: El hombre siente la necesidad de identificarse con otros hombres, requiere pertenecer a un grupo que sea más fuerte que él (una organización o una empresa).

b) *Necesidad de dignidad*: El hombre tiene sus propios principios sobre el orgullo y la dignidad y busca satisfacerlos, en gran parte, a través del trabajo. El empleado adquiere un sentimiento de dignidad si sabe que el trabajo que realiza es importante y que merece la estimación social e individual. Por el contrario, si cree que lo que realiza no es trascendente y que él es solo un engranaje más dentro de una enorme maquina, su interés por el trabajo disminuirá.

De aquí la importancia de que a cada empleado se le reconozca y se le de a conocer en forma sincera la importancia que tienen para la organización las labores que realiza. No importa el nivel jerárquico o la categoría que se guarde dentro de la organización, todos los trabajos tienen su importancia relativa y hay que reconocerla.

c) *Necesidad de seguridad*: Para el empleado, seguridad significa que se le proporcionara empleo permanente, con un sueldo justo; que tendrá la oportunidad de adquirir conocimientos que le faciliten trabajar en otra parte si llega a necesitarlo. La seguridad puede implicar también que la organización le proporcionara justos

programas de seguridad social, tales como servicios médicos, ayudas económicas, jubilaciones remuneradas, etc. Significa que el empleado puede expresar sus opiniones libremente sin temor a represalias.

d) *Necesidad de perfeccionamiento o de mejoramiento personal*: El ser humano tiene un ansia de mejorar, natural; necesita sentir la convicción de que avanza hacia la consecución de un objetivo de mejoramiento o superación personal que él mismo se ha fijado de acuerdo a sus capacidades. Generalmente el empleado desea saber o sentir que está aprendiendo algo nuevo o está mejorando en su trabajo y que tiene la posibilidad de progresar. Para satisfacer esta necesidad la organización deberá preocuparse por establecer programas de desarrollo de personal que incluyan entrenamientos o cursos de capacitación y promociones.

e) *Necesidad de poder creador*: El ser humano necesita sentirse capaz de crear algo, tener la oportunidad de sugerir y desarrollar cosas nuevas. Se debe tratar de satisfacer esta necesidad propiciando la participación del personal, mediante sus sugerencias para la mejora de sistemas, procedimientos y técnicas, estimulando su habilidad creativa mediante incentivos, concursos, buzón de sugerencias, etc.

f) *Mostrar interés por los asuntos y problemas del personal*: Se debe mostrar interés por el personal y deberá ser auténtico y no simulado. Para mostrarlos se deberá promover que los empleados emitan sus opiniones y puntos de vista, manteniendo para ello fuentes de comunicación fluidas.

**CAPITULO II**  
**LOS GRUPOS**

## **CAPITULO II: LOS GRUPOS.**

### **2.1 Grupo.**

#### **2.1.1 Definición de grupo.**

El grupo es una forma de organización particular del trabajo, donde se busca en conjunto que aflore el talento colectivo y la energía de las personas. Esta forma de organización es particularmente útil para alcanzar altos niveles de calidad en la gestión de una institución o empresa. Los gerentes y políticos buscan una filosofía para la administración apropiada y que respete las necesidades de sus empleados. En este sentido, el trabajo en equipo puede ser una valiosa ayuda, al generar situaciones que facilitan la aplicación de dinámicas que defienden la exploración y el autodesarrollo mediante la propia experiencia.

En las organizaciones, el trabajo en grupo no produce sólo mejoras individuales y organizacionales, sino que interviene también en el perfeccionamiento de los servicios, tanto cuantitativa como cualitativamente. Además, se facilita una mejor gestión de la información y del conocimiento. Es evidente que el conocimiento de la dinámica de los grupos y equipos de trabajo, especialmente de su comportamiento, tiene una gran importancia para los dirigentes y empresarios. Estudiar los grupos y equipos que coexisten en cualquier organización para saber cómo organizarlos, utilizarlos y multiplicar sus resultados, es una estrategia consistente de desarrollo organizacional.

Un grupo se define como dos o más individuos que interactúan y son interdependientes y que se han juntado para lograr objetivos particulares, es decir una pluralidad de seres o cosas que forman un conjunto.

Una de las notas características de las organizaciones es la variedad de grupos que conviven en su seno, cuya composición, funciones y demás propiedades difieren notablemente. Se pueden tener en cuenta distintos criterios para establecer una clasificación de los mismos.

### 2.1.2. Características de los grupos.

Los grupos tienen diversas características que marcan las diferencias entre unos y otros, es decir que no todos los grupos son iguales entre sí, manejan cierta similitud en algunos ámbitos, a continuación se mencionan algunas de estas características.

- a) “Están formados por personas, para que cada una perciba a todas las demás en forma individual y para que exista una relación recíproca.
- b) Es permanente y dinámico de tal manera que su actividad responde a los intereses y valores de cada una de las personas.
- c) Posee intensidad en las relaciones intensivas y efectivas lo cual da lugar a la formación de subgrupos por su afinidad.
- d) Existe solidaridad e interdependencia entre las personas, tanto dentro y fuera de este.
- e) Los roles de las personas están bien definidos y diferenciados.
- f) El grupo posee su propio código y lenguaje así como sus propias normas y creencias”<sup>1</sup>

### 2.2 Clasificación de grupos.

Los grupos se clasifican de acuerdo a sus características y situaciones, según diversos autores, a continuación se mencionan algunas propuestas.

“Solo se mencionaran algunas categorías, ya que cada quien realiza una clasificación dependiendo de su punto de vista y sería muy extenso nombrar todas las que existen.

BERNARDO CAMPOS los divide en: *Primarios y Derivados o secundarios*:

- a) *Un grupo primario*: Es una organización de relaciones personales directas, en la cual se selecciona la personalidad o la conducta de los individuos desde los primeros años.
- b) *Un grupo derivado o secundario*: Es una organización de relaciones directas o indirectas de los individuos y abarca todas las formas de agrupación elaboradas, a partir de los grupos primarios”<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo2.htm>

<sup>2</sup> <http://mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo9.htm>

### **2.2.1 Grupos de contacto directo.**

Bernardo Campos, para este tipo de clasificación los divide en dos grupos:

#### *a) GRUPOS DE CONTACTO DIRECTO RACIONALES:*

- 1) Grupos genéticos: Son los más permanentes están situados en los mismos sitios, las mismas funciones durante muchas generaciones, aunque los miembros cambien, ejemplo: La familia, la vecindad y los grupos de juego.
- 2) Clubes y asociaciones con fines fijados previamente: Son los más permanentes entre los grupos no primarios, con frecuencia son racionales y de carácter voluntario y se amplían con facilidad, pasando a la categoría de grupos de contacto indirecto, ejemplo: una industria
- 3) Asamblea deliberantes: Es el que tiene el grado mas alto de racionalidad, en donde todos deliberan y cambian opiniones acerca de un problema común, de importancia para todos, ejemplo: un problema científico, económico, etc.
- 4) Grupos de discusión: Es una asamblea deliberante modificada, que se diferencia de la forma ordenada en el aspecto que solo su función es discutir.
- 5) Clases para instrucción. Su propósito es la enseñanza aunque la discusión se puede dar.
- 6) Auditorio: Su propósito principal es atender al conferenciante o a quien actúa sin formas pare en las discusiones, sé ha cambiado este grupo de contacto a indirecto por los medios masivos de comunicación (radio, periódico)

#### *b) GRUPOS DE CONTACTO DIRECTO NO RACIONALES.*

Se diferencian de los racionales porque son menos permanentes y se organizan por sugestión o sobre una base no racional o irracional.

- 1) Semiclubes: No tienen la permanencia y precisión que tiene un club, cambian frecuentemente de miembros, sus intereses se encuentran centrados en el ritual de las relaciones sociales corteses, las diversiones, la moda, las comidas y otras actividades análogas.
- 2) Reuniones y manifestaciones: El elemento de discusión es reducido, lo principal es la sugestión y la comunicación de actitudes emotivas
- 3) Multitudes y motín: Lo que integra a la multitud, generalmente, es una emoción intensa o un impulso de curiosidad. En le motín domina, sobre todo, la emoción, que hace que los miembros pierdan la inhibición racional.

“Ahora veremos la clasificación de los grupos según diferentes autores”<sup>3</sup>.

### 2.2.2 Clasificación según Sprott:

SPROTT Distingue tres tipos de grupos pequeños o primarios.

- a) Aquellos que se refieren a muchos intereses y actividades.
- b) Aquellos que solo se dedican a un interés o tipo de actividad, pero que tienen cierta permanencia.
- c) Grupos cara a cara en una situación particular, los cuales se subdividen en:

1- *Según su interés*, los cuales se subdividen a su vez en primarios y secundarios

a) *Primarios:*

Aquellos que se refieren a muchos intereses y actividades  
Aquellos que solo se dedican a un solo interés o actividad, con  
cierta  
permanencia.  
Cara a cara, en situación particular

b) *Secundarios*

- ° Muchedumbre
- ° Actuante: la conducta se dirige hacia un objeto externo
- ° Expresiva: la actividad se dirige hacia los mismos miembros del grupo
- ° Público

2- *Según su función.*

a) *Primarios:*

- ° Naturales (familia, vecindad, poblado)
- ° Actuante
- ° Expresiva
- ° Artificiales (laboratorio)
- ° Búsqueda de información
- ° De entrenamiento.
- ° De conversión.

---

<sup>3</sup> <http://mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo10.htm>



### 2.2.3 Clasificación según Cartwright y Zander.

“CARTWRIGHT y ZANDER, Clasifican a los grupos en tres tipos de acuerdo a ciertas propiedades.”<sup>4</sup>.

#### a) *Grupos de formación deliberada.*

- 1) De trabajo: Se forman al elegir y coordinar la conducta y los recursos de un conjunto de individuos, con el fin de ejecutar alguna tarea, en forma eficaz
- 2) Para resolver problemas: La base racional para formar esos grupos, es creer que al trabajar unidos en el problema se logrará llegar a una solución con mayor rapidez y eficiencia.
- 3) De acción social: Estos grupos se crean con el deseo de influir sobre el curso de los acontecimientos sociales, conjuntamente a la idea de que se puede tener una mayor influencia si se trabaja en grupo
- 4) De mediador: Su propósito es el de coordinar las actividades de otros grupos, distribuir recursos entre ellos o reconciliar intereses antagónicos.
- 5) Legislativos: Su propósito es formular legislaciones
- 6) De clientes: Son los grupos que poseen el propósito de "mejorar" de alguna forma a sus miembros.

#### b) *Grupos de formación externa:*

Algunos grupos se forman por que son tratados por otros de un modo homogéneo y no por el deseo de lograr un objetivo o por las necesidades de quienes se hacen miembros.

#### c) *Grupos de formación espontánea:*

---

<sup>4</sup> <http://mailxmail.com/curso/empresa/aprendisajegrupal/capitulo11.htm>

Se les denomina así a los grupos que surgen porque la gente espera obtener satisfacciones al asociarse a ellos y no porque alguien los establezca deliberadamente para lograr un objetivo.

#### 2.2.4 Clasificación según Mc Iver y Page.

“Mc Iver y Page consideran que los grupos se pueden clasificar desde diversos puntos”<sup>5</sup>. Y proporciona la siguiente lista de los principales tipos de grupos existentes en la estructura social:

- a) *Su tamaño*: es decir el número de individuos que integran el grupo.
- b) *La organización del grupo*: como se manejan en las tareas del grupo los integrantes del mismo.
- c) *Los intereses del grupo*: los objetivos y metas del propio grupo.
- d) *Su organización*: como esta estructurado y como trabajan.
- e) *O cualquier combinación de estos elementos*.

#### 2.2.5 Clasificación según Lindgren.

“LINDGREN (1962), cita los siguientes grupos”<sup>6</sup>

- a) Primarios y secundarios:
  - 1) *Primarios*: Son los que las relaciones interpersonales se llevan a cabo directamente y con gran frecuencia.
  - 2) *Secundarios*: En ello. Las relaciones tienen un carácter más impersonal, más abstracto y con más distancia social y geográfica.
- b) Formales e informales:
  - 1) *formales*: Son grupos que requieren de una estructura bastante

---

<sup>5</sup> <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo12.htm>

<sup>6</sup> <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo13.htm>

compleja para mantenerse y alcanzar sus objetivos

2) *Informales*: Son grupos de estructura simple pues una estructura compleja obstaculiza su desarrollo y su funcionamiento

c) *Exclusivos e inclusivos*:

1) *Exclusivos*: Solo admiten cierta clase de individuos

2) *Inclusivos*: Son grupos que abren sus puertas a todo el mundo e incluso llegan a solicitar adhesiones

d) *Propios y ajenos*:

1) *Propios*: Son grupos que tienen un profundo sentido de mutua identificación, hasta tal punto que sus miembros se sienten aislados

y

fuera de lugar cuando no se encuentran en el contexto del grupo.

propios,

2) *Ajenos*: Son los grupos que no son aceptados por los grupos siendo separados por un aumento en la distancia social

e) *Cooperativos y competitivos*:

conjuntamente

1) *Cooperativos*: Son grupos cuyos miembros trabajan para alcanzar metas mutuamente aceptadas.

una

2) *Competitivos*: Grupos en donde los individuos procuran obtener mayor parte de las recompensas, al alcance de los miembros del

grupo.

Los grupos pueden ser formales o informales.

f) *Grupo formal e informal*:

acuerdo

1) *Grupo formal*: un grupo de trabajo designado, definido de con la estructura de la organización.

2) *Grupo informal*: un grupo que no está estructurado de manera formal ni determinado por una organización; se presenta como respuesta a la necesidad de contacto social.

g) *Grupo de mando y grupo de trabajo*:

inmediatos.

2) *Grupo de trabajo*: quienes trabajan unidos para realizar una actividad laboral.

### 2.3 Razones para pertenecer a un grupo.

1) Los grupos ofrecen ventajas a los individuos. Brindan satisfacción social a sus miembros, lo mismo que una sensación de pertenencia y de apoyo a las necesidades de los individuos. Otro beneficio de los grupos es que promueven la comunicación y dan seguridad.

2) La fuerza esta en los integrantes, al ingresar a un grupo podemos disminuir la inseguridad de estar solos, nos sentimos más fuertes, dudamos menos de nosotros mismos y resistimos mejor las amenazas; Los empleados nuevos tienden mucho a sentirse aislados y se dirigen al grupo para encontrar guía y apoyo.

3) Las razones más comunes para pertenecer a un grupo son:

- a) *Estatus*
- b) *Autoestima*
- c) *Afiliación*
- d) *Poder*
- e) *Obtención de objetivos.*

Las cuales explicaremos a continuación:

a) *Estatus*:

Estatus adscrito y estatus adquirido. El primero es involuntario o heredado por pertenecer a una raza, a un género, a una edad o a una generación. El estatus adquirido, por el contrario, se alcanza a través de un esfuerzo individual en la educación, el trabajo o la política. En las sociedades modernas, caracterizadas por el cambio social y la modernización, prima el segundo y se rechaza la posición social heredada.

\*Soy miembro del equipo de la organización, empresa, escuela, iglesia, comunidad, etc.

Participación y competencia en los medios sociales, deportivos y culturales del medio ambiente.

Demostración del papel del grupo para obtener y proporcionarnos prestigio en las diversas etapas de participación.

b) *Autoestima*:

Término que designa la capacidad de una persona para establecer relaciones sociales o intensificar los contactos interpersonales.

“La autoestima es el sentimiento valorativo de nuestro ser, de nuestra manera de ser, de quienes somos nosotros, del conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que configuran nuestra personalidad. Esta se aprende, cambia y la podemos mejorar. Es a partir de los 5-6 años cuando empezamos a formarnos un concepto de cómo nos ven nuestros mayores (padres, maestros), compañeros, amigos, etcétera y las experiencias que vamos adquiriendo.

Según como se encuentre nuestra autoestima, ésta es responsable de muchos fracasos y éxitos, ya que una autoestima adecuada, vinculada a un concepto positivo de mí mismo, potenciara la capacidad de las personas para desarrollar sus habilidades y aumentará el nivel de seguridad personal, mientras que una autoestima baja enfocará a la persona hacia la derrota y el fracaso”<sup>7</sup>.

c) *Afiliación:*

Acción o efecto de entrar o hacer entrar a uno como miembro en una sociedad, corporación, secta, equipo, grupo, etc.

d) *Poder:*

Facultad, dominio o influencia, fuerza, capacidad para hacer algo. Tener facilidad, tiempo o lugar de hacer una cosa o actividad.

Hay proyectos que no se pueden alcanzar de manera individual, pero cuando estamos en grupo si se pueden alcanzar.

e) *Obtención de objetivos:*

Los grupos de trabajo se crearon para alcanzar metas más difíciles de lograr de manera individual.

Para lograr los objetivos dentro del grupo se tienen que unir talentos, conocimientos o fuerzas para terminar el trabajo.

## **2.4 Propiedades comunes de los grupos.**

Según diversos autores, La mayoría de los grupos posee ciertos factores o propiedades que ayudan a sus integrantes en el desempeño de sus tareas en el medio, a continuación se mencionan algunos de estos factores.

---

<sup>7</sup> <http://www.monografias.com/trabajos5/autoest/autoet.shtml>

“a) *Antecedentes*: Se refiere a ciertos factores que los grupos pueden tener o no tener algunos componentes son, reunión por primera vez, anteriormente, la clase de personas que componen al grupo, su experiencia, su papel y su jerarquía.

b) *El patrón de participación*: Es por el grado de participación de los miembros en todos los puntos grupales que puedan ser unidireccionales, bidireccionales o multidireccionales.

c) *Comunicación*: Es el proceso a través del cual es posible la transmisión de ideas, sentimientos y creencias entre ellas. La comunicación puede ser verbal o no verbal; se divide en intergrupo (entre 2 o más grupos), introgrupo (prevalece la comunicación entre los miembros de un mismo grupo).

Para una buena comunicación existen 5 elementos básicos que son: emisor, receptor, mensaje, código, y puesta en relieve y camuflaje (se refiere a las decisiones que debe tomar el emisor antes de transmitir un mensaje así como el código a utilizar.

d) *cohesión*: Es el campo total de fuerza motivantes que actúan sobre los miembros para mantenerlos en el grupo.

Este campo esta determinado por diversos factores humanos, como la estimación hacia otros integrantes del grupo, la administración profesional, las perspectivas del aprendizaje.

Se pueden manifestar la cohesión con una atmósfera agradable en la cooperatividad, en la integración del grupo, esto puede ser apreciado mediante técnicas de análisis "Test sociométrico"

e) *Atmósfera*: Es la disposición de ánimo o sentimientos que se encuentran difundidos dentro del grupo.

Esto puede afectar a la espontaneidad de los miembros, porque la conducta del individuo esta mas o menos determinada por la forma que percibe la atmósfera.

La atmósfera de un grupo se encuentra condicionada por factores internos y externos. Se incluye la comunicación, aspectos emocionales, el tipo de dirección, la propia estructura organizacional; en los factores externos, la imagen del grupo, las oportunidades de desarrollo, la aceptación de grupo en la sociedad.

Como producto de estos factores, la atmósfera de un grupo puede ser cordial, Tensa, formal, libre, autoritaria

f) *Normas*: Son reglas que rigen las conductas de los individuos del grupo y que en un conjunto forman el código; El objetivo de las normas es propiciar una estructura que establece el porque del logro de los objetivos planeados.

Las normas pueden ser:

1) *Implícitas*: son aquellas que son sobre entendidos en su carácter tácito.

2) *Explicitas*: son aquellas que requieren de una instrucción previa para tener conocimiento de ellas.

También las normas se clasifican, y son:

1) *Formales*: Son impuestas por la autoridad.

2) *Informales*: son dadas por las costumbres del grupo”<sup>8</sup>.

g) *Patrón sociométrico*: Se define como relaciona de amistad o antipatía que existen entre los miembros del grupo, tiene influencia dentro de las actitudes grupales. También esta ligado con el grado de cohesión existente entre los integrantes del equipo.

h) *Estructura y organización*:

Todo grupo tiene 2 tipos de estructuras para su organización y pueden ser:  
*Visible*

*e invisible*

1) *La visible*, que se refiere a la división del trabajo y a la ejecución de las tareas esenciales.

2) *La invisible*: que se refiere a convenios no reglamentados o implícitos, basados en criterios tales como la influencia, antigüedad, poder, habilidades y otros.

i) *Procedimientos*: Son los medios utilizados para lograr los objetivos. Al hacer la selección de los procedimientos debe tomarse en cuenta cierta flexibilidad que permita actuar cuando se produzcan cambios previstos. Por otro lado, dichos procedimientos deben estar adaptados a las condiciones y al tipo de trabajo de cada grupo.

j) *Metas*: Son los fines hacia los que se dirigen las actividades del grupo. Las metas deben estar relacionadas, en cierto grado, con las necesidades de intereses individuales para que estas y las necesidades del grupo se satisfagan en forma razonable. Se clasifican deben estar bien definidos y ser comunicadas a todos los miembros, con el fin de que estos sepan a donde van.

También se clasifican en: Metas a corto, a mediano y a largo plazo.

k) *Papeles y roles*: Esta se podría explicar en el concepto de que cada miembro de un grupo desarrolla diferentes roles y el que más se adecue a sus capacidades. Serian el rango de acción de cada uno de los miembros. Los roles son estructuras impuestas a la conducta. Se puede considerar a las conductas de rol cede distintos puntos de vista. Todos ellos pueden apropiados a una determinada situación.

A continuación se describirá tres enfoques para las conductas de rol.

---

<sup>8</sup> <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo3.htm>

- deben
- 1) *Prescripción del rol*: Exposición formal y explícita de lo que ser las conductas desempeñadas por las personas dentro de un determinado rol.
  - 2) *Descripción del rol*: Información de las conductas que son realmente desempeñadas por las personas dentro de un determinado rol.
  - 3) *Expectativas del rol*: Imágenes que se forma la gente sobre las conductas ejecutadas en un determinado rol.

## **2.5 Clasificación de roles dentro de un grupo.**

Diversos autores coinciden que, el ser humano desde que nace lo hace en una sociedad organizada, en un medio social, en su proceso de crecimiento dentro de este ambiente aprende a adoptar los usos y costumbres de otros individuos, corresponde a cada individuo integrante de una sociedad desempeñar un rol o papel dentro de la misma.

Es decir cada individuo desempeña o ejerce una acción y/o tarea específica conciente o inconcientemente dentro del medio donde se desenvuelve.

El ser humano esta necesariamente orientado hacia otros seres humanos dentro de su medio y la influencia social se manifiesta cada vez que un individuo responde a la presencia real o implícita de otro u otros.

### **2.5.1 Roles para la tarea del grupo**

El propósito de los roles es facilitar y coordinar los esfuerzos del grupo relacionados con la selección y definición de un problema común y con la solución de este.

“Los roles se identifican en relación a las funciones de facilitación y coordinación e las actividades para la solución de problemas del grupo. Cada miembro puede desempeñar mas de un rol en cualquier intervención o gran cantidad de roles en intervenciones sucesivas. Algunos o todos estos roles pueden ser desempeñados tanto por el Líder del grupo, como por los diferentes miembros.

Los roles son:



- a) *El iniciador-contribuyente*. Es quien sugiere o propone al grupo nuevas ideas o una forma diferente de ver el objetivo o el problema del grupo.
- b) *El inquiridor de información*. Es la persona que pregunta para aclarar las sugerencias hechas, en términos de su adecuación a los hechos para obtener información autorizada y hechos pertinentes al problema que se discute.
- c) *El inquiridor de opiniones*. Es quien elabora preguntas para poder aclarar los valores que conciernen a lo que el grupo esta realizando.
- d) *El informante*. Ofrece hechos o generalizaciones "autorizadas" o relaciona en forma adecuada su propia experiencia con los problemas del grupo.
- e) *El opinante*. Expresa oportunamente su creencia y opinión relativa a una sugerencia alternativa.
- f) *El elaborador*: explica las sugerencias en términos de ejemplo o significados ya desarrollados.
- g) *El coordinador*. Muestra o clarifica la relación entre las diferentes ideas y sugerencias.
- h) *El orientador*. Define la posición del grupo con respecto a sus objetivos
- i) *El critico-evaluador*. Supedita las realizaciones del grupo a alguna norma o serie de normas de funcionamiento en el contexto de la tarea fijada.
- j) *El dinamizador*. Intenta estimular al grupo a la acción o a la decisión
- k) *El técnico de procedimientos*. Acelera el movimiento del grupo realizando tareas de rutina.
- l) *El registrador*. Anota las sugerencias ("memorias de grupo"); lleva un registro de las decisiones y del resultado de las discusiones del grupo.”<sup>9</sup>

## 2.5.2 Roles de constitución y mantenimiento del grupo.

“Su objetivo es alterar o mantener la forma de trabajo del grupo, fortalecer, regular y perpetuar al grupo en tanto es grupo. Una contribución da puede involucrar varios roles y un miembro o líder puede desempeñar roles diversos en contribuciones sucesivas”<sup>10</sup>.

- a) *El estimulador*. Elogia, esta de acuerdo y acepta la contribución de los otros. Expresa comprensión y aceptación de otros puntos de vista.

<sup>9</sup> <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo5.htm>

<sup>10</sup> <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo6.htm>

b) *El conciliador*. Intenta conciliar desacuerdos; mitiga la tensión en situaciones de conflicto.

c) *El transigente*- opera desde dentro de un conflicto en el que su idea y oposición esta involucrada.

d) *El guardagujas*. Intenta mantener abiertos los canales de comunicación, estimulando o facilitando la participación de otros.

e) *El legislador o yo ideal*. Expresa normas e intenta aplicarlas en el funcionamiento, o en la evaluación de la calidad del proceso del grupo.

f) *El observador de grupo y comentarista*. Lleva registros de diferentes aspectos del grupo.

g) *El seguidor*. Sigue el movimiento del grupo en forma más o menos pasiva. Aceptando el lugar de audiencia en la discusión y la decisión del grupo.

### **2.5.3 Roles individuales.**

“Su propósito es algún objetivo individual que no es relevante ni a la tarea del grupo ni al funcionamiento del grupo como tal.

a) *El agresor*. Puede operar de muchas maneras, disminuyendo el status, atacando al grupo, burlándose agresivamente, etc.

- b) *El obstructor*. Tiende a ser negativo y terca mente resistente.
- c) *Buscador de reconocimiento*. Trabaja de diferente manera, ya sea vanagloriándose o exhibiéndose para llamar la atención.
- d) *El confesante*. Usa la oportunidad que proporciona el ambiente de grupo para expresar sus sentimientos e ideologías, sin interés para el grupo.
- e) *Mundano*. Hace alarde de su falta de compromiso en los progresos del grupo, en forma de cinismo e indiferencia.
- f) *Dominador*. Trata de hacer sentir su autoridad o superioridad, manipulando al grupo o a algunos de sus miembros.
- g) *Buscador de ayuda*. Intenta despertar respuestas de simpatía de otros miembros o de todo el grupo. Ya sea a través de expresiones de inseguridad, confusión personal desprecio de sí mismo. Sin poseer una razón para ello.
- h) *Defensor de intereses especiales*. Generalmente oculta sus propios prejuicios en el estereotipo que llena mejor su necesidad personal.
- i) *El francotirador*. Es el miembro del grupo que esta tratando de buscar el error de otro miembro del grupo, para satisfacer una necesidad propia.
- j) *El miembro silencioso*. Es aquí el que permanece callado la mayor parte del tiempo.
- k) *El monopolizador*. Suele ser una persona con gran necesidad de categoría y, con frecuencia es básicamente insegura a pesar de su actitud exterior”<sup>11</sup>.

#### **2.5.4 Roles de tipo Psicodramático.**

Jacobo Levy Moreno dice: “El individuo se enfrenta ante una audiencia con la que establece una especie de identificación por repercusión, representa conflictos que pueden ser vivenciados por los integrantes, el psicodrama se adhiere al empeño en transformar la actitud pasiva de los integrantes y traza un amplio sistema de correlaciones con los integrantes, con la finalidad de experimentar una reacción positiva en los integrantes.”

---

<sup>11</sup> <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo7.htm>

“En el psicodrama, los roles del terapeuta, del observador y el yo auxiliar deben excluirse, pues ellos poseen una función institucional dentro del grupo, constituyen los "mojoneros reales" en el interior de los cuales, el grupo imaginario se forma, se define y la dramatización se despliega.

Jacobo Levy propone dos tipos de roles: *Roles de la presentación de roles y roles claves del grupo*.

a) *los roles de la presentación de roles o role-playing*:

Son los roles imaginarios, o roles reales, cuando el role-playing se usa en una institución o in situ.

b) *los roles claves del grupo*:

1) *El líder*: Es permanente y se define una vocación particular de la persona que lo asume y una necesidad del grupo.

2) *El voyeur*: no lo soportan los demás, la persona es atacada pero no responde, los ataques no aciertan en su objetivo y así anulan por sí solos.

3) *El san bernardo*: ayuda a todas las personas a las que se ataca. Se trata de alguien que busca mucha ayuda para sí mismo.

4) *La vedette y el excluido*: es derribado de su pedestal y se hace excluir, y el excluido prefiere excluirse en lugar de desempeñar un rol

5) *El chivo emisario*: se encarga de recabar información fundamental para el grupo.

6) *El saboteador*: es el que se encarga de bloquear a los grupos contrarios, es decir derribar sus proyectos.

7) *El doble y el tercero excluido*: no puede participar en nombre propio, que solo puede hacerlo como doble, es el tercero excluido de la pareja aunque no del grupo”<sup>12</sup>.

## **2.6 Aspectos éticos del comportamiento organizacional.**

La moral es el conjunto de hechos psicológicos, facultades y tendencias habituales del hombre hacia la práctica de las buenas costumbres, es decir es ineludible disciplinar sus actuaciones, perfeccionar su carácter y fortalecer su conducta dentro de las normas éticas.

---

<sup>12</sup> <http://www.mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo8.htm>

La moral cobra formas admirables en el ejercicio de la profesión de los individuos integrantes de un grupo organizacional, a quienes esta reservada la responsabilidad de difundir sus conocimientos, mediante la aplicación de éstos en el medio donde desenvuelven sus actividades humanas.

“En la ética se utilizan términos claves; Los términos claves en el lenguaje de la ética son: *valores, derechos, obligaciones y relación*.”

a) *Valores*: cuando se valora algo, se desea o se anhela que suceda. Los valores en cierto sentido permanente que en sí parecen buenos, como la paz o la buena voluntad.

b) *Derecho*: demandas que facultan a una persona para emprender una acción en particular.

c) *Obligaciones*: la obligación de emprender acciones específicas o acatar y obedecer la ley.

1) *Derechos y obligaciones*: el derecho guarda correlación con las obligaciones. Siempre que a alguien le asiste un derecho, a otra persona; Le corresponde una obligación respecto a ese derecho.

2) *Normas morales*: son normas de conducta que por lo general penetran como valores morales.

d) *Relaciones*: todo ser humano está conectado con otros en un estrechamiento de relaciones. Estas relaciones existen porque necesitamos de otros para apoyarnos mutuamente y así lograr nuestros objetivos. Desde la relación de un pequeño con su padre hasta la de un administrador con sus empleados, las relaciones son un aspecto penetrante de la vida moral.”<sup>13</sup>

Todos los grupos tienen establecidos estándares de conductas aceptables, que comparten todos los miembros, lo que pueden hacer o no hacer en ciertas circunstancias.

Desde un punto de vista personal, le indican al individuo lo que se espera de él. Cuando las normas formales se presentan en forma escrita, por ejemplo: en manuales de organización que incluyen las reglas y los procedimientos que deben respetar los integrantes, la mayor parte de las normas de las organizaciones son informales. Las normas de un grupo de trabajo son como las huellas digitales de una persona, es decir, son únicas.

---

<sup>13</sup> <http://www.monografias.com/trabajos12/adminst/adminst.shtml>

Los grupos de trabajo indican a sus miembros de manera explícita, cuanto deben trabajar, como deben hacerlo, su grado de producción, los canales de comunicación aceptados, es decir cual es el desenvolvimiento de los integrantes dentro de la organización, esta norma tiene gran peso en el rendimiento, otras normas son las que se refieren a los factores de:

° Que tipo de ropa o manera de vestir, es decir de acuerdo a las circunstancias o el entorno de los grupos.

° Lealtad al grupo: se rige por medio de la ética de cada individuo perteneciente al grupo.

Las normas se desarrollan de manera gradual conforme los miembros del grupo aprenden las conductas que se necesitan para que este funcione con eficacia, el grupo solo aplicara las normas que le resulten importantes.

## **2.7 Equipos de trabajo.**

“El trabajo en equipo se refiere a la serie de estrategias, procedimientos y metodologías que utiliza un grupo humano para lograr las metas propuestas”.<sup>14</sup>

Algunos autores lo definen como:

“Número reducido de personas con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito, un objetivo de trabajo y un planeamiento comunes y con responsabilidad mutua compartida”. Katzenbach y K. Smith.

"Un equipo es un conjunto de personas que realiza una tarea para alcanzar resultados". Fainstein Héctor.

El trabajo en equipo es una integración armónica de funciones y actividades desarrolladas por diferentes personas; Para su implementación requiere que las responsabilidades sean compartidas por sus miembros; se necesita que las actividades desarrolladas se realicen en forma coordinada, además necesita que los programas que se planifiquen en equipo apunten a un objetivo común.

Para aprender a trabajar de forma efectiva como equipo requiere su tiempo, dado que se han de adquirir habilidades y capacidades especiales necesarias para el desempeño armónico de su labor.

---

<sup>14</sup> <http://www.monografias.com>

### **2.7.1 Objetivos comunes.**

Una vez definidos los equipos de trabajo y la importancia de las acciones de formación para crear equipos de trabajo los integrantes deben de tener en cuenta los siguientes factores, además de conocer claramente los objetivos del grupo;

A continuación se mencionan los objetivos comunes que se deben tomar en cuenta para la integración de equipos de trabajo:

- a) Los integrantes del equipo conocerán claramente los objetivos del grupo.
- b) Los equipos estarán formados por personas responsables y motivadas.
- c) Los equipos quedan totalmente integrados cuando son productivos, además son motivados por sus superiores, dicha motivación los hace más responsables y más comprometidos con la organización.
- d) Cada integrante del equipo conocerá de manera detallada su tarea a realizar, además cada uno aceptara y asumirá las actividades con responsabilidad.
- e) El equipo no puede funcionar con personas irresponsables.
- f) En todo equipo de trabajo tiene que existir un líder quien guíe y oriente a sus compañeros esto quiere decir que siempre se necesita de un buen líder.
- g) Deben ser asumidas por todos.

### **2.7.2 Factores.**

Alcanzar y mantener el éxito en las organizaciones requiere talentos prácticamente imposibles de encontrar en un solo individuo, se requiere una interacción mayor entre las personas, que solo puede lograrse con una actitud cooperativa y no individualista, es decir trabajar en equipo.

Los factores para trabajar en equipo son:

- a) Un equipo de trabajo no se constituye con solo decidir hacerlo, hay que tomar en cuenta los siguientes factores:
- b) Determinar las tareas a realizar: fijar y visualizar la finalidad del trabajo.
- c) Establecer los objetivos: crear lo que se desea realizar y obtener.
- d) Determinar las responsabilidades: fijar los términos para la realización del trabajo.

- e) Considerar el aspecto afectivo.
- f) Tener la mente abierta.
  
- g) Estar dispuesto a trabajar con otros compañeros.
  
- h) Aceptar las ideas de los demás.
  
- i) Aportar ideas.
  
- j) Estar motivado.
  
- k) Emplear estrategias.
  
- l) Estar dispuesto al cambio.

### **2.7.3 Reglas.**

1) Uno de los principales retos de los gerentes, directores o líderes de equipos, es la formación de equipos de trabajo de alto desempeño. La creación de equipos de alto desempeño no es un tema mítico, sin embargo no es fácil encontrarse con este tipo de equipos frecuentemente. Para que se pueda construir un equipo de alto desempeño se debe crear un ambiente de confianza, liderazgo, buena comunicación, un claro entendimiento del objetivo a lograr y la participación de cada miembro tratando de aprovechar al máximo sus fortalezas.

2) De acuerdo con el objetivo propuesto y con la organización establecida, es necesario acordar normas o reglas de funcionamiento que indiquen una disciplina interna congruente con las actividades y funciones de cada uno, a la vez estas reglas deben ser:

- a) Realistas, que se puedan cumplir por parte del equipo.
- b) Significado para todo el equipo.
- c) Deben ser asumidas por todos.
- d) Complemento humano.

Como todo trabajo en equipo se sabe que el recurso más valioso es el recurso humano, tendrá que cuidar nuestras relaciones afectivas con todos los que nos rodean.



Sabemos que todos tenemos una distinta personalidad y eso provoca conflicto, pero podemos aprovechar esos conflictos para lograr los objetivos comunes, con el diálogo y el espíritu de cooperación lograremos hacer de esos conflictos un equipo productivo, para lo cual debe haber madurez emocional y profesional.

Lo que se quiere lograr es que en el equipo cada uno se sienta aceptado y valorado, y que tenga un sentido de pertenencia.

Además podemos lograr que en el grupo exista aceptación y podemos mencionar dos tipos de ella: *Aceptación por afinidad* y *Aceptación por interés*.

a) *Aceptación por afinidad*: Atracción o adecuaciones de caracteres, opiniones, gustos, etc. que existe entre dos o más personas.

b) *Aceptación por interés*: beneficio o provecho.



**CAPITULO III**  
**COMUNICACIÓN GRUPAL Y LIDERAZGO**

## CAPÍTULO III: COMUNICACIÓN GRUPAL Y LIDERAZGO.

### 3.1 Funciones de comunicación.

“Comunicación: es el intercambio de información entre un hablante y un oyente que utilizan el mismo código (lengua)”<sup>1</sup>.

En toda organización o grupo, la comunicación tiene cuatro funciones que son:

1) *Controlar*: La comunicación controla la conducta de los miembros de varias maneras, las organizaciones tienen jerarquías de autoridad y lineamientos formales que los empleados deben de seguir.

2) *Motivar*: La comunicación alienta la motivación por que le aclara a los integrantes que deben hacer, como lo están haciendo y que pueden hacer para mejorar un rendimiento eficiente.

3) *Expresar emociones*: Los seres humanos somos seres sociales por naturaleza, informar las funciones que se aplica mediante la transmisión de datos para identificarlos y evaluar, de aquí depende la toma de decisiones.

4) *Informar*: esto incluye las preocupaciones o propósitos que le otorgan significado a los datos (*mensaje*), incluyendo los compromisos (*retroalimentación*) que fundan toda conversación revelando la capacidad que tiene el lenguaje; es decir es la aportación de mensajes.

*Elementos de la comunicación*; Son los que intervienen en el proceso de comunicación y son necesarios para poder realizar el intercambio de ideas o mensajes entre los individuos de una organización, para que exista una eficaz comunicación se debe contar con una serie de elementos como lo son:

- a) *Emisor* - Aquel del que procede el mensaje.
- b) *Receptor* - El que recibe o interpreta el mensaje.
- c) *Mensaje* - La información que se transmite.
- d) *Código* - Idioma que utilizan el emisor y el receptor.
- e) *Canal* - La vía por la que circula el mensaje: ondas sonoras del aire, papel escrito.

---

<sup>1</sup> <http://roble.cnice.mecd.es/msanto1/lengua/comunica.htm>

Las funciones del lenguaje pueden ser:

a) *Denotativa o referencial.*

Se produce cuando el emisor utiliza el lenguaje para transmitir una información al receptor.

Ejemplo: Son las tres y media.

b) *Emotiva o expresiva.*

Se da cuando expresamos sentimientos o deseos.

Ejemplo: ¡Qué pena, casi gana el Real Madrid!

c) *Conativa o apelativa.*

El hablante quiere llamar la atención al oyente.

Ejemplo: ¡Oye, oye, espera un momento!

d) *Fática o de contacto.*

Se utiliza para establecer contacto o cortar la comunicación.

Ejemplo: ¡Hola!, ¿qué tal? ¡Adiós, hasta pronto!

e) *Poética o estética.*

Se utiliza cuando se busca la belleza y el mensaje oral o escrito se cuida especialmente

Ejemplo:.

Amar es cuando la proteges de la lluvia y el viento.  
Amar es cuando la abrazas y te olvidas del tiempo

f) *Metalingüística.*

Cuando utilizas la lengua para hablar del propio lenguaje.

### **3.1.1 Proceso de comunicación.**

La comunicación es un proceso o flujo: “El proceso de comunicación son los pasos que existen entre un emisor y un receptor para la transmisión y comprensión de su significado”<sup>2</sup>.

En todo proceso de comunicación existen los siguientes elementos:

a) *Emisor.* Persona que transmite algo a los demás.

b) *Mensaje.* Información que el emisor envía al receptor.

c) *Canal.* Elemento físico que establece la conexión entre el emisor y el receptor.

---

<sup>2</sup> <http://roble.cnice.mecd.es/msanto1/lengua/1comunic.htm>

d) *Receptor*. Persona que recibe el mensaje a través del canal y lo interpreta.

e) *Código*. Es un conjunto de signos sistematizado junto con unas reglas que permiten utilizarlos.

El código permite al emisor elaborar el mensaje y al receptor interpretarlo. El emisor y el receptor deben utilizar el mismo código. La lengua es uno de los códigos más utilizados para establecer la comunicación entre los seres humanos.

f) *Contexto*. Relación que se establece entre las palabras de un mensaje y que nos aclaran y facilitan la comprensión de lo que se quiere expresar.

### 3.1.2 Redes formales de la comunicación.

“Las redes de la comunicación definen los canales por los cuales fluye la información”<sup>3</sup>. Los canales de una organización pueden ser formales o informales y cada uno tiene un uso respectivo dentro de la empresa.

*Las Redes Formales* son generalmente relacionadas con las actividades siguiendo una cadena de autoridad.

La comunicación puede fluir de manera:

1) *Vertical o lateral*: Siguiendo la cadena de autoridad y limitadas con las tareas empresariales; Se puede dividir en *ascendente o descendente*:

a) *Ascendente*: La comunicación fluye hacia un nivel más alto en el grupo; así los administradores conocen el sentir de los integrantes, pero también sirve para obtener ideas y mejorar.

b) *Descendente*: Va de arriba hacia abajo e incluso puede salir de la organización.

Por el contrario, *las Redes Informales* no son rígidas en su dirección, puede tomar cualquiera, saltar niveles de autoridad y seguramente satisface necesidades sociales de los miembros internos de la organización, por ejemplo los rumores o chismes.

Ahora bien, una red formal se puede presentar de tres formas: *la cadena, la rueda y todo el canal*.

a) *La cadena*: Sigue rígidamente la cadena formal de mando. Se utiliza si la precisión de los datos es lo más importante.

---

<sup>3</sup> <http://www.monografias.com/trabajos11/gerencia/gerencia.shtml>·REDES

b) *La rueda*: Se apoya en un líder para actuar como un conducto central para todas las comunicaciones del grupo, facilita el surgimiento de un líder, es rápido y alta precisión

c) *La de todo el canal*: Permite que todos los miembros del grupo se comuniquen en forma activa el uno con el otro y es más adecuada si se busca una mayor satisfacción, su precisión es moderada y no es probable que surjan líderes.

En cuanto a las *Redes Informales* la información puede correr entre los miembros en forma de chisme o rumor, no es controlada por la gerencia y es percibida para los empleados como más confiable y creíbles que las informaciones emitidas por la gerencia a través de las redes formales, Los rumores emergen como una respuesta a las situaciones que son importantes para nosotros, donde existe la ambigüedad y en condiciones que crean aprensión, por ejemplo el secreto y la competencia que típicamente prevalecen en las organizaciones alrededor de los temas como la designación de nuevos jefes, reubicación de las oficinas y nuevas asignaciones de trabajo.

Es importante entender que el chisme es una parte de la red de información de cualquier grupo u organización, le muestra a los gerentes aquellos temas que los empleados consideran importantes y provocadores de ansiedad, de esta forma el gerente puede minimizar las consecuencias negativas de los rumores al limitar su rango e impacto.

### **3.1.3 Barreras De Comunicación.**

Entendemos por barreras impuestas a la comunicación, todos aquellos factores que la impiden, deformando el mensaje, u obstaculizando el proceso general de ésta.

Los tipos de barreras pueden ser:

“a) *Barreras semánticas.*

Se refiere al significado de las palabras orales o escritas. Cuando no precisamos su sentido, estas se presentan a diferentes interpretaciones y así el receptor entiende no lo que dijo el emisor, sino lo que su contexto cultural le indica.

Por ejemplo: si una persona hace un pedido y dice que lo quiere "lo más pronto posible", esto puede tener diferentes significados, desde la persona que lo entiende como "inmediatamente", hasta la que lo entiende como "rápido pero no es tan urgente"; es decir cuando el significado no es el mismo para el emisor que para el receptor.

b) *Barreras psicológicas.*

Hay muchos factores mentales que impiden aceptar o comprender una idea, algunos de ellos son:

- 1) No tener en cuenta el punto de vista de los demás.
- 2) Sospecha o adversión.

- 3) Preocupación o emociones ajenas al trabajo.
- 4) Timidez.
- 5) Explicaciones insuficientes.
- 6) Sobrevaloración de sí mismo.

Todos estos factores influyen en la persona que escucha para que acepte o rechace las ideas que le han sido comunicadas. Para obtener resultados se necesita algo más que únicamente hablar. A una persona generalmente es necesario explicarle, convencerla, observar su actuación y también dejarle que ella le hable a usted. Esto nos trae a nuestro objetivo final: comprender a otros.

Algunas de las causas que contribuyan para formar barreras psicológicas son:

- 1) Altos status. (Título)
- 2) Poder para emplear o despedir.
- 3) Uso de sarcasmo.
- 4) Actitud despótica.
- 5) Crítica punzante.
- 6) Uso de conocimientos precisos y detallados.
- 7) Facilidad en el uso del lenguaje.
- 8) Maneras demasiado formales.
- 9) Apariencia física imponente.
- 10) Interrumpir a los demás cuando hablan.

c) *Barreras fisiológicas.*

De este tipo son las que impiden emitir o recibir con claridad y precisión un mensaje, debido a los defectos fisiológicos del emisor o receptor. Tales defectos pueden afectar a cualquiera de los sentidos. Un ciego, un tartamudo, un mudo, un sordo, pueden ser los ejemplos más claros, pero también debemos considerar a las personas que sin llegar a esos extremos tienen alguna falla y no ven, no escuchan o no hablan bien debido a algún defecto orgánico.

d) *Barreras físicas.*

La distancia y el exceso de ruido dificultan la comunicación, así como las interferencias en el radio o el teléfono. Estos son ejemplos de barreras físicas que debemos tomar en cuenta al comunicarnos, a fin de eliminarlas lo más posibles.

e) *Barreras administrativas:*

Son aquellas causadas por las estructuras organizacionales, como mala planeación y deficiente operación de los canales. Las siguientes recomendaciones podrían ayudar al administrador a salvar algunos de los tipos de barreras administrativas.

- 1) Aclaración anticipada de toda idea, antes de comunicarla.
- 2) Interés en retroalimentación; o sea, verificar si el mensaje se recibió bien o no, o si la reacción del receptor es la deseada.



- 3) Precisar la verdadera finalidad de la información a comunicar.
- 4) Conocimiento del significado preciso de los conceptos, para eliminar malos entendidos.
- 5) Utilización de lenguaje sencillo y directo.
- 6) Empleo de múltiples canales de comunicación a fin de asegurarse de que la información llegue hasta donde nos hemos propuesto.
- 7) Aprovechamiento oportuno de las situaciones para transmitir el mensaje, pues las circunstancias emotivas en las que se encuentre el receptor pueden alterar el contenido del mensaje.
- 8) Reforzar las palabras con hechos, por lo general, este punto se descuida”<sup>4</sup>.

### **3.1.4 Habilidades de comunicación.**

“Todos conocemos y podríamos citar en teoría cuales son los principios básicos para lograr una correcta comunicación, pero, tal vez por sonar a perogrullo, frecuentemente nos olvidamos de ellos. Algunas de las estrategias que podemos emplear son tan sencillas como las siguientes:

#### *La escucha activa:*

Uno de los principios más importantes y difíciles de todo el proceso comunicativo es el saber escuchar. La falta de comunicación que se sufre hoy día se debe en gran parte a que no se sabe escuchar a los demás. Se está más tiempo pendiente de las propias emisiones, y en esta necesidad propia de comunicar se pierde la esencia de la comunicación, es decir, poner en común, compartir con los demás. Existe la creencia errónea de que se escucha de forma automática, pero no es así. Escuchar requiere un esfuerzo superior al que se hace al hablar y también del que se ejerce al escuchar sin interpretar lo que se oye. Pero, ¿qué es realmente la escucha activa?.

La escucha activa significa escuchar y entender la comunicación desde el punto de vista del que habla. ¿Cuál es la diferencia entre el oír y el escuchar?. Existen grandes diferencias. El oír es simplemente percibir vibraciones de sonido. Mientras que escuchar es entender, comprender o dar sentido a lo que se oye. La escucha efectiva tiene que ser necesariamente activa por encima de lo pasivo. La escucha activa se refiere a la habilidad de escuchar no sólo lo que la persona está expresando directamente, sino también los sentimientos, ideas o pensamientos que subyacen a lo que se está diciendo. Para llegar a entender a alguien se precisa asimismo cierta empatía, es decir, saber ponerse en el lugar de la otra persona.

---

<sup>4</sup> <http://www.itlp.edu.mx/publica/tutoriales/rechum1/u5parte6.htm>

### *Elementos que facilitan la escucha activa:*

- 1) Disposición psicológica: prepararse interiormente para escuchar. Observar al otro: identificar el contenido de lo que dice, los objetivos y los sentimientos.
- 2) Expresar al otro que le escuchas con comunicación verbal (ya veo, umm, uh, etc.) y no verbal (contacto visual, gestos, inclinación del cuerpo, etc.).

### *Elementos a evitar en la escucha activa:*

3) No distraernos, porque distraerse es fácil en determinados momentos. La curva de la atención se inicia en un punto muy alto, disminuye a medida que el mensaje continúa y vuelve a ascender hacia el final del mensaje, Hay que tratar de combatir esta tendencia haciendo un esfuerzo especial hacia la mitad del mensaje con objeto de que nuestra atención no decaiga.

\*No interrumpir al que habla.

\*No juzgar.

\*No ofrecer ayuda o soluciones prematuras.

\*No rechazar lo que el otro esté sintiendo, por ejemplo: "no te preocupes, eso no es nada".

\*No contar "tu historia" cuando el otro necesita hablarte.

\*No contraargumentar. Por ejemplo: el otro dice "me siento mal" y tú respondes "y yo también".

\*Evitar el "síndrome del experto": ya tienes las respuestas al problema de la otra persona, antes incluso de que te haya contado la mitad.

### *Habilidades para la escucha activa:*

a) *Mostrar empatía*: Escuchar activamente las emociones de los demás es tratar de "meternos en su pellejo" y entender sus motivos. Es escuchar sus sentimientos y hacerle saber que "nos hacemos cargo", intentar entender lo que siente esa persona. No se trata de mostrar alegría, si siquiera de ser simpáticos. Simplemente, que somos capaces de ponernos en su lugar. Sin embargo, no significa aceptar ni estar de acuerdo con la posición del otro. Para demostrar esa actitud, usaremos frases como: "entiendo lo que sientes", "noto que...".

b) *Parafrasear*: Este concepto significa verificar o decir con las propias palabras lo que parece que el emisor acaba de decir. Es muy importante en el proceso de

escucha ya que ayuda a comprender lo que el otro está diciendo y permite verificar si realmente se está entendiendo y no malinterpretando lo que se dice. Un ejemplo de parafrasear puede ser: "Entonces, según veo, lo que pasaba era que...", "¿Quieres decir que te sentiste...?".

c) *Emitir palabras de refuerzo o cumplidos*: Pueden definirse como verbalizaciones que suponen un halago para la otra persona o refuerzan su discurso al transmitir que uno aprueba, está de acuerdo o comprende lo que se acaba de decir. Algunos ejemplos serían: "Esto es muy divertido"; "Me encanta hablar contigo" o "Debes ser muy bueno jugando al tenis". Otro tipo de frases menos directas sirven también para transmitir el interés por la conversación: "Bien", "umm" o "¡Estupendo!".

d) *Resumir*: Mediante esta habilidad informamos a la otra persona de nuestro grado de comprensión o de la necesidad de mayor aclaración. Expresiones de resumen serían:

"Si no te he entendido mal..."

"O sea, que lo que me estás diciendo es..."

"A ver si te he entendido bien..."

Expresiones de aclaración serían: "¿Es correcto?" "¿Estoy en lo cierto?"

*Algunos aspectos que mejoran la comunicación:*

a) Al criticar a otra persona, hablar de lo que hace, no de lo que es. Las etiquetas no ayudan a que la persona cambie, sino que refuerzan sus defensas. Hablar de lo que es una persona sería: "te has vuelto a olvidar de sacar la basura. Eres un desastre"; mientras que hablar de lo que hace sería: "te has vuelto a olvidar de sacar la basura. Últimamente te olvidas mucho de las cosas".

b) Discutir los temas de uno en uno, no "aprovechar" que se está discutiendo, por ejemplo sobre la impuntualidad de la pareja, para reprocharle de paso que es un despistado, un olvidadizo y que no es cariñoso.

c) No ir acumulando emociones negativas sin comunicarlas, ya que producirían un estallido que conduciría a una hostilidad destructiva.

d) No hablar del pasado. Rememorar antiguas ventajas, o sacar a relucir los "trapos sucios" del pasado, no sólo no aporta nada provechoso, sino que despierta malos sentimientos. El pasado sólo debe sacarse a colación constructivamente, para utilizarlo de modelo cuando ha sido bueno e intentamos volver a poner en marcha conductas positivas quizá algo olvidadas. Pero es evidente que el pasado no puede cambiarse; por tanto hay que dirigir las energías al presente y al futuro.

e) Ser específico. Ser específico, concreto, preciso, es una de las normas principales de la comunicación. Tras una comunicación específica, hay cambios; es una forma concreta de avanzar. Cuando se es inespecífico, rara vez se moviliza nada. Si por ejemplo, nos sentimos solos/as y deseamos más tiempo para estar con nuestra pareja, no le diga únicamente algo así: "No me haces caso", "Me siento solo/a", "Siempre estás

ocupado/a”. Aunque tal formulación exprese un sentimiento, si no hacemos una propuesta específica, probablemente las cosas no cambiarán. Sería apropiado añadir algo más. Por ejemplo: “¿Qué te parece si ambos nos comprometemos a dejar todo lo que tenemos entre manos a las 9 de la noche, y así podremos cenar juntos y charlar?”.

f) Evitar las generalizaciones. Los términos "siempre" y "nunca" raras veces son ciertos y tienden a formar etiquetas. Es diferente decir: "últimamente te veo algo ausente" que "siempre estás en las nubes". Para ser justos y honestos, para llegar a acuerdos, para producir cambios, resultan más efectivas expresiones del tipo: “La mayoría de veces”, “En ocasiones”, “Algunas veces”, “Frecuentemente”. Son formas de expresión que permiten al otro sentirse correctamente valorado.

g) Ser breve. Repetir varias veces lo mismo con distintas palabras, o alargar excesivamente el planteamiento, no es agradable para quién escucha. Produce la sensación de ser tratado como alguien de pocas luces o como un niño. En todo caso, corre el peligro de que le rehuyan por pesado cuando empiece a hablar.

Dentro de las habilidades de la comunicación hay que saber cuidar la comunicación no verbal. Para ello, tendremos en cuenta lo siguiente:

1) *La comunicación no verbal* debe de ir acorde con la verbal; Decir " ya sabes que te quiero" con cara de fastidio dejará a la otra persona peor que si no se hubiera dicho nada.

2) *Contacto visual*. Es el porcentaje de tiempo que se está mirando a los ojos de la otra persona. El contacto visual debe ser frecuente, pero no exagerado.

3) *Afecto*. Es el tono emocional adecuado para la situación en la que se está interactuando. Se basa en índices como el tono de voz, la expresión facial y el volumen de voz (ni muy alto ni muy bajo).

Elegir el lugar y el momento adecuados. En ocasiones, un buen estilo comunicativo, un modelo coherente o un contenido adecuado pueden irse al traste si no hemos elegido el momento adecuado para transmitirlo o entablar una relación. Es importante cuidar algunos aspectos que se refieren al momento en el que se quiere establecer la comunicación:

El ambiente: el lugar, el ruido que exista, el nivel de intimidad...

Si vamos a criticar o pedir explicaciones debemos esperar a estar a solas con nuestro interlocutor.

Si vamos a elogiarlo, será bueno que esté con su grupo u otras personas significativas.

Si ha comenzado una discusión y vemos que se nos escapa de las manos o que no es el momento apropiado utilizaremos frases como: “si no te importa podemos seguir discutiendo esto en... más tarde”<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> [http://www.psicologia-online.com/monografias/5/comunicacion\\_eficaz.shtml](http://www.psicologia-online.com/monografias/5/comunicacion_eficaz.shtml)

## **3.2 El liderazgo y el líder.**

### **3.2.1 El liderazgo:**

“El liderazgo hoy día es un tema que sigue en el tapete de las decisiones de cualquier grupo de humanos que busca el bienestar colectivo.

Sobre todo cuando vemos, en lo que respecta a las organizaciones modernas de negocios, que las fronteras hoy día se han abierto ostensiblemente creando un ambiente globalizado.

Cada día se hace más marcado el proceso de socialización de las personas, quienes se agrupan para satisfacer intereses y lograr metas que les son de vital importancia para la subsistencia del mismo grupo.

Ahora bien, para alcanzar sus objetivos básicos, cada grupo (empresa, asociación, club deportivo, gremio, cooperativa, junta de vecinos, etc.), requiere de sistematizar las funciones (el trabajo) y asignar la coordinación de las mismas a uno de sus miembros (un líder), quien por una serie de cualidades propias (carisma, organización, motivación, alta autoestima, comunicación asertiva), influye notoriamente en el resto del grupo, para lograr que todos se esfuercen en lograr las metas propuestas, en un ambiente de satisfacción.

El líder como toda persona posee muchos defectos y virtudes que debe conocer; esto implica mirar primero dentro de uno mismo, conocerse para luego entender a los demás y reflejar lo que quiere lograr, lo que busca alcanzar con los demás para conseguir el éxito.

Aquí tomamos en cuenta que hay tantas definiciones del liderazgo como personas que han tratado de definir el concepto. Citemos por ejemplo:

Idalberto Chiavenato, (1993), quien destaca lo siguiente: "Liderazgo es la influencia interpersonal ejercida en una situación, dirigida a través del proceso de comunicación humana a la consecución de uno o diversos objetivos específicos".

El liderazgo involucra a otras personas; a los empleados o seguidores. Los miembros del grupo; dada su voluntad para aceptar las órdenes del líder, ayudan a definir la posición del líder y permiten que transcurra el proceso del liderazgo.

Por otro lado, el liderazgo es la capacidad para usar las diferentes formas del poder para influir en la conducta de los seguidores, de diferentes maneras”<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> <http://www.monografias.com/trabajos17/estilos-liderazgo/estilos-liderazgo.shtml>

### 3.2.2 Atributos del liderazgo:

De manera general se puede interpretar y analizar el liderazgo desde dos perspectivas:

a) *Como cualidad personal del líder: "Al comienzo de la historia; El líder era concebido como un ser superior al resto de los miembros del grupo, con atributos especiales. Se consideraba que estos poderes o atributos especiales se transmitían biológicamente de padre a hijo o era un don de los dioses, es decir, nacían con ellos.*

Durante mucho tiempo se ha pretendido definir y medir los rasgos y las habilidades de los líderes, sin embargo, no se ha logrado hasta ahora un consenso al respecto. Aunque actualmente ya no se piensa que estas habilidades son supernaturales y que las habilidades que hacen a un líder son comunes a todos, si se acepta que los líderes poseen estas en mayor grado.

b) *Como una función dentro de una organización, comunidad o sociedad. Esta perspectiva no enfatiza las características ni el comportamiento del líder, sino "las circunstancias sobre las cuales grupos de personas integran y organizan sus actividades hacia objetivos, y sobre la forma en la función del liderazgo es analizada en términos de una relación dinámica."*

Según esta perspectiva el líder es resultado de las necesidades de un grupo. Operacionalmente, un grupo tiende a actuar o hablar a través de uno de sus miembros.

La necesidad de un líder es evidente y real, y esta aumenta conforme los objetivos del grupo son más complejos y amplios. Por ello, para organizarse y actuar como una unidad, los miembros de un grupo eligen a un líder. En síntesis, "el líder es un producto no de sus características, sino de sus relaciones funcionales con individuos específicos en una situación específica".

### 3.2.3 El líder.

El líder juega un papel importante en la toma de decisiones y, por lo tanto, también en el apoyo que el grupo le otorga. Como el liderazgo esta en función del grupo, es importante analizar no solo las características de este sino también el contexto en el que el grupo se desenvuelve.

Un buen líder debe tomar decisiones y ser capaz de plantear objetivos realistas y viables. Para ello ha de adquirir información, y buena parte de ésta ha de ser fruto de la interacción y la confianza con sus compañeros. Todo esto se ve facilitado por la comunicación: el interés por conocer los sentimientos y pensamientos de las personas que trabajan junto a él o ella y el contacto con ellos. Por el contrario no ayuda en nada el aislarse.

La accesibilidad es un punto básico dentro del liderazgo. Un buen líder transmite la sensación de ser una persona abordable, a la que pueden expresar abiertamente sus ideas.

Es importante sentir que la persona que se tiene enfrente está interesada en escuchar, comprender y conocer todas las sugerencias, que percibe que la labor que se realiza es importante, que está realmente comprometido en el logro de las metas propuestas, y que cuenta con todos.

Otras cualidades de un buen líder son: la cordialidad, la amabilidad, el optimismo, y sobretodo, saber reforzar positivamente. El reconocer un trabajo bien hecho, y en general, una conducta afable y cordial, son técnicas que reconfortan a las personas y que promueven interés y entusiasmo por el trabajo.

Por último un buen líder no es aquel que impone miedo, sino que es el que se mueve entre sus compañeros manteniendo un contacto apacible, transmitiendo buen humor y dando ejemplo con su conducta, de los niveles de esfuerzo exigido a los demás.

### **3.2.4 Tipos de líderes.**

“Se han usado muchos términos para definir los estilos de liderazgo, pero tal vez el más importante ha sido la descripción de los tres estilos básicos: el líder autócrata, el líder participativo y el líder de rienda suelta”<sup>7</sup>.

#### *El líder autócrata:*

Asume toda la responsabilidad de la toma de decisiones, inicia las acciones, dirige, motiva y controla al subalterno. La decisión se centraliza en el líder. Puede considerar que solamente él es competente y capaz de tomar decisiones importantes, puede sentir que sus subalternos son incapaces de guiarse a sí mismos o puede tener otras razones para asumir una sólida posición de fuerza y control. La respuesta pedida a los subalternos es la obediencia y adhesión a sus decisiones.

#### *El líder participativo:*

Utiliza la consulta para practicar el liderazgo. No delega su derecho a tomar decisiones finales y señala directrices específicas a sus subalternos pero consulta sus ideas y opiniones sobre muchas decisiones que les incumben.

Si desea ser un líder participativo eficaz, escucha y analiza seriamente las ideas de sus subalternos y acepta sus contribuciones siempre que sea posible y práctico.

#### *El líder liberal (rienda suelta):*

Delega en sus subalternos la autoridad para tomar decisiones. Espera que los subalternos asuman la responsabilidad por su propia motivación, guía y control. Excepto por la estipulación de un número mínimo de reglas, este estilo de liderazgo, proporciona muy poco contacto y apoyo para los seguidores. Evidentemente, el subalterno tiene que ser altamente calificado y capaz para que este enfoque tenga un resultado final satisfactorio.

---

<sup>7</sup> Idem

*Consideraciones:*

El nuevo milenio ha transformado las prácticas de las organizaciones y con ello las habilidades y características que el nuevo entorno empresarial demanda de los líderes.

El líder de hoy debe dominar un sinnúmero de funciones, que le faciliten interactuar con el medio y dirigir con eficiencia los destinos de la empresa. Deberá ser estratega, organizador y líder proactivo.

Para poder organizar necesita saber hacia donde va, cómo va a organizarse, y en cada etapa saber ser líder.

Por otro lado, hoy día se ha observado ciertas manifestaciones de liderazgo grupal en algunos estratos de la sociedad (me refiero a la sociedad venezolana, aquella que reside en las grandes urbes), cuyos representantes, estando situados en un mismo universo de conocimientos y por consenso, han motorizados aquellas actividades que les sirven para lograr el bien común.

También en los pequeños grupos de trabajo se está dando esta perspectiva, claro está, antecedida por un proceso de liderazgo que ha permitido la cohesión del grupo, ha motivado la preparación de los miembros, a quienes ha alternado en la coordinación de procesos de trabajos que han permitido la obtención de los objetivos básicos del grupo.

Desafortunadamente no hay una respuesta absoluta acerca de cual es el estilo de liderazgo más adecuado, o cual es el más eficiente, ya que adoptar una u otra manera de liderazgo o posiciones intermedias estará en función del concepto que tenga el dirigente sobre el comportamiento humano en general y del grado de madurez del grupo de sus seguidores.

*Seguidores:*

“La importancia de comprender las necesidades de los seguidores, y a partir del grado de madurez de éstos, establecer el estilo apropiado. El dirigente o líder deberá constantemente "sentir" a sus seguidores para poder determinar los estilos que deberá de utilizar en las diferentes situaciones que se presenten”<sup>8</sup>.

Tratando siempre de anticiparse a los hechos y no actuar cuando ya es demasiado tarde. Esta forma de liderazgo es llamada liderazgo situacional y tiene sus ventajas y deficiencias según se utilice.

Más tarde o más temprano todos los líderes tratan de infundir o reforzar la confianza de sus seguidores. En el fondo de una motivación bien sustentada, están la actitud positiva hacia el futuro, la confianza de lo que se puede lograr con el propio esfuerzo, y la conciencia de que nada es sencillo, y que nada es seguro para siempre.

---

<sup>8</sup> [http://www.avantel.net/\\*rjaguado/lider.html](http://www.avantel.net/*rjaguado/lider.html).



Los líderes adoptan una personal y activa actitud hacia los objetivos y metas. La influencia del líder se ejerce en cambios de humor, evocando imágenes y expectativas, y estableciendo deseos específicos y propósitos que determinan la dirección y el enfoque hacia donde se quiere llegar. El resultado neto del liderazgo, es lograr cambios en lo que la gente piensa acerca de lo que es deseable, posible y necesario.

Por otra parte, el éxito de los grandes líderes depende también de su habilidad para construir una base de seguidores leales y también capaces.

Nutrirse de un grupo efectivo de adeptos, requiere igualmente dejar de pensar que el líder es el único que debe realizar el trabajo intelectual y que los seguidores solo cumplen órdenes, para entender ahora que es: la comunicación sincera, el esfuerzo conjunto y la corresponsabilidad; aunados al trabajo arduo, dinámico y comprometido la garantía del éxito del grupo.

**CAPITULO IV**

**COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS  
INTERNAS**

## **CAPITULO IV: COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS.**

### **4.1 Importancia de la comunicación en las Relaciones Públicas Internas**

Las Relaciones Públicas forman parte importante de la función administrativa de una organización o empresa.

Las Relaciones públicas Internas forman parte imprescindible en el proceso de comunicación de una organización.

Es importante destacar que la principal finalidad de las Relaciones Públicas Internas, responde principalmente al firme propósito de acercar, comunicar e interrelacionar a la empresa con quienes la conforman y con los diversos sectores que se encuentran potencialmente ligados a la organización.

Las Relaciones Públicas Internas valúan las actitudes públicas, identifican y aplican las políticas y procedimientos dentro de la organización; además de planear y ejecutar un programa de acción para ganar la comprensión y aceptación por parte de los integrantes de la organización.

El programa de Relaciones Públicas Internas de la organización es elaborado en base de objetivos y metas, para el buen funcionamiento y evolución de la misma, esta orientado al público interno con la finalidad de alcanzar una entendible y eficaz comunicación entre dicho público y la organización.

Las actividades regulares, los proyectos de ejecución y las concepciones futuras tienen una incidencia decisiva y fundamental en la fijación y determinación de metas a seguir dentro de la organización, para un mayor y buen desempeño en el ámbito laboral y competitivo.

Las Relaciones Públicas Internas sirven además para la aplicación de dinámicas, políticas, y procedimientos dirigidos a los integrantes de la misma con la finalidad de lograr un buen desempeño y posicionarla en un lugar altamente competitivo.

Si el programa de Relaciones Públicas Internas en el proceso de comunicación llega a fallar, no se logran las metas y objetivos de la organización, estancándola y relegándola a una posición obsoleta e incompetente.

Se requiere de un intercambio de puntos de vista opuestos para encaminar un esfuerzo común a la conciliación de las diferencias en beneficio del mejor interés de todos. La empresa deberá establecer medios fluidos de comunicación ascendente y descendente con su personal.

La comunicación ascendente tendrá como fin conocer los problemas del personal, sus buenas y malas opiniones acerca de la organización y los motivos en que éstas se basan, así como saber qué es lo que los empleados desean saber acerca de la empresa.

La comunicación descendente buscará informar al personal sobre los planes, objetivos y políticas generales de la organización; las razones fundamentales por las cuales se toma tal o cual medida que puede afectarlos; los reglamentos de trabajo y sus fundamentos; los cambios importantes en la estructura de la organización, etc., así como algunas otras cuestiones que el personal haya manifestado que deseaba conocer.

Un factor que resalta la importancia de las Relaciones Públicas con el personal es el hecho de que este último es un importantísimo trasmisor de la imagen de la organización hacia otros públicos, a quienes lógicamente transmitirá la misma imagen que el reciba.

De aquí la importancia de que la organización empiece por establecer unas buenas Relaciones Públicas internas, antes de iniciar las externas.

Las Relaciones Públicas internas son las que se establecen entre los directivos y los empleados, buscando una comunicación recíproca entre ambos, que tienda a lograr que el personal de la organización colabore satisfecho con ella y por tanto que las actitudes hacia la empresa sean positivas.

## **4.2 Medios de comunicación hacia el personal.**

Cuando se pone en marcha un programa a su vez se determina el establecimiento de canales de comunicación entre todos los sectores ligados a la organización.

De acuerdo a las formas de comunicación, son varias las posibilidades que pueden originarse, cada una de las cuales asume una característica especial de acuerdo con las ideologías, las personalidades de los protagonistas y la ubicación que poseen dentro de la organización.

Las instituciones deben cada vez más valorizar las expresiones cotidianas de su personal como integrantes de una sociedad, que busca eliminar barreras que en oportunidades impiden un claro entendimiento con niveles intelectuales o administrativos, técnicos o culturales.

### **4.2.1 Manual de bienvenida.**

El manual de bienvenida es uno de los medios más importantes, en virtud de que representa uno de los primeros contactos del empleado con la empresa y el más tangible de ellos, por lo que de este instrumento dependerá en gran parte la primera impresión u opinión que se forme el empleado sobre la institución.

*Partes que debe contener un manual de bienvenida*, también conocido como manual o folleto de inducción, desde luego, el contenido del manual deberá adaptarse a las características peculiares de cada organización:

a) *Palabras de bienvenida de parte de un representante de la organización*, deberán ser dirigidas de preferencia al nombre del empleado.

b) *Información general acerca de lo que es la organización*, que puede incluir:

- 1) Breve historia de la organización.
- 2) Objetivos y políticas generales.
- 3) Productos y/o servicios que produce o vende.
- 4) Situación respecto a la competencia.
- 5) Planes importantes de desarrollo.
- 6) Contribución al desarrollo de la comunidad.

c) *Orientación al empleado sobre su trabajo*; el cual podemos clasificar en:

1) *Orientación general*: fecha en que deberá presentarse a empezar a laborar; localización del lugar de trabajo, horario de trabajo, indicaciones de cuando y donde checar tarjeta en su caso, nombre de su jefe inmediato, nombres de sus subordinados, lugar y días de pago, etc. 2) *Prestaciones*: cuales son las que otorga la organización y modo de obtenerlas. 3) *Reglas y normas principales que se deben cumplir*: incluye como y donde puede ver u obtener un ejemplar del reglamento interior de trabajo.

#### **4.2.2 Boletín mural o tablero de anuncios.**

Este constituye un instrumento de comunicación sencillo y muy difundido, consistente en un mueble ( pizarra, vitrina o similar ), fijo en un lugar, en el que se pueden colocar temporalmente boletines o carteles informativos sobre diversas cuestiones, tales como cambios en el horario de trabajo, fechas de suspensión de labores, invitaciones a actividades sociales organizadas por la empresa ( comidas o brindis de aniversario o fin de año, encuentros deportivos, etc. ), cambios en el día o lugar de pago, nombres de empleados ascendidos. Su importancia depende principalmente de los siguientes factores:

a) *Ubicación*: el boletín debe colocarse en los lugares de mayor tránsito, como los pasillos de entrada y salida y los que conduzcan a los lugares de descanso o

comedores. No es del todo recomendable colocarlo cerca del reloj chocador, por tener cierta desventajas, entre otras:

1) que los empleados usen como pretexto el hecho de que están leyendo su información, con el único fin de “hacer tiempo” antes de la hora de salida y chequear justo a la hora precisa.

2) que el personal no le preste la debida atención ya que, a las horas de entrada y salida, suele tener prisa.

b) *Brevedad y claridad*: Que los anuncios o mensajes sean breves y estén redactados en los términos más sencillos, claros, concisos de manera que se puedan leer mientras se pasa frente a ellos, o que al menos pueda leerse el encabezado o título que dé la idea de su contenido y llame la atención, para que, si es necesario el empleado se detenga a leerlos.

c) *Atracción*: Para que sean atractivos es recomendable recurrir al empleo de colores y hasta de ilustraciones, siempre que se pueda.

También es aconsejable emplear, cuando sea posible, los servicios de especialistas en “displays” o dibujantes ( que bien pueden ser del departamento de publicidad cuando lo haya ), si la importancia del aviso lo amerita se puede encargar su elaboración a otros dibujantes externos.

d) *Renovación oportuna*: Es de vital importancia que los anuncios o mensajes sean renovados con oportunidad, para evitar que pierdan actualidad. De otra manera, si se dejan colocados mensajes que ya caducaron, el personal se acostumbrará a ello y acabará por no volver a dirigir su vista y atención a la vitrina o tablero.

#### **4.2.3 Revistas o periódicos privados de la organización.**

Su objetivo primordial no sólo es suministrar información, sino más bien utilizar ésta como medio para fomentar el interés y comprensión de los empleados por la situación y problemas de la organización. Es preciso aclarar que el alcance de estas publicaciones no tiene por qué estar limitado únicamente al personal, sino que además puede aprovecharse y hacerse llegar a otros sectores, como los familiares de aquél, clientes, etc.

Principales tipos de información que podrían incluirse en este medio:

a) Información acerca de los objetivos, políticas y planes generales de la organización.

b) Información sobre la situación de la organización en la vida de la comunidad.

c) Información sobre las labores de mercadotecnia de la organización.

- d) Información sobre mejoras de la organización en general.
- e) Noticias tendientes a resaltar la importancia de la participación del personal.
- f) Explicaciones accesibles a todo el personal acerca de partes o artículos de la legislación laboral que les afecte así como de la legislación interna de la organización.
- g) Información sobre los programas de desarrollo de personal, tendientes a estimular el deseo de mejoramiento personal de los empleados.
- h) Secciones o informaciones de interés general.
- i) Temas educativos o culturales que sean tratados con amabilidad.
- j) Promoción a las campañas de seguridad e higiene industrial.

#### **4.2.4 Anexo al sobre de sueldo.**

Este medio presenta dos ventajas importantes:

- a) Se logra un ciento por ciento de aceptación, pues el sobre de paga no se rehúsa nunca.
- b) Recibir el pago constituye un acontecimiento agradable, por lo que al obtener su sobre, la mayoría de las veces el empleado esta de buen humor.

Lo cual puede influir para que se muestre abierto a recibir mensajes y prestarles mayor atención.

No obstante lo anterior, debemos reconocer las limitaciones de este instrumento informativo; se puede emplear sólo para un reducido tipo de mensajes y debe ser muy breve.

El anexo al sobre de sueldo puede consistir tanto en una hoja incluida dentro del sobre de pago, como simplemente en la impresión de los mensajes en la parte exterior del mismo.

#### **4.2.5 Cartas personales.**

Las cartas personales firmadas a nombre de la organización por un alto directivo pueden ser empleadas para felicitar a un empleado por acontecimientos o

fechas tales como cumpleaños, aniversario de bodas, nacimiento de un hijo, ascensos logrados u otros meritos especiales, como por ejemplo haber hecho sugerencias importantes para mejorar sistemas y procedimientos.

A fin de lograr que la carta sea más apreciada por el empleado, deberá procurarse que siempre que se pueda vaya firmada por el director, gerente general o el más alto directivo.

Deberán tratar de hacerse personales, al menos en el contenido de los párrafos primero y último.

#### **4.2.6 Actividades sociales diversas.**

Los convivios tales como, comidas, brindis de fin de año, encuentros deportivos, excursiones, eventos culturales, brindis de aniversario, etc. más que ser considerados estrictamente como medio de comunicación descendente con el personal, deben ser tomados como un medio para lograr “romper el hielo”, es decir para ayudar a crear un clima de confianza y para promover una comunicación fluida a través de los diversos medios de comunicación antes citados.

Es de suponer que cuanto mejor relaciones existan entre la institución y su personal, más factible será la realización conjunta de actividades, mismas que originaran mejores relaciones.

#### **4.2.7 Folletos y conferencias para comunicaciones especiales.**

En ocasiones puede ser necesario y conveniente publicar folletos para dar información acerca de ciertos temas especiales.

Las conferencias se emplean para los mismos fines, ambos medios pueden usarse además como complementarios entre sí.

Por ejemplo, se puede dar a los trabajadores una plática sobre seguridad y se complementa la plática con algunos folletos que muestren los equipos de seguridad empleados en esa organización.

#### **4.2.8 Reuniones individuales o entrevistas personales.**

Los encuentros o reuniones, formales o informales, entre alguien de la dirección de la empresa con algún empleado, o de mandos intermedios con sus subordinados, propician cauces muy eficaces de comunicación interna.



Se puede decir que es en este terreno en el que se juega la auténtica y diaria comunicación bidireccional de la empresa. Cuando esos cauces se ciegan, por cualquier causa que provoque incomunicación total o parcial, la vida de la empresa se resiente.

Este hecho es mucho más frecuente de lo que parece. En muchas empresas, el carácter y la personalidad de directivos y mandos intermedios, su estilo de dirección y mando, su desconocimiento de la importancia de la comunicación hace que no estén suficientemente abiertos los canales con la parte del organigrama que cuelga de ellos. Y esto es siempre un perjuicio para la empresa, suficientemente reconocido en la actualidad.

La reunión individual permite:

- a) Personalizar la información a transmitir.
- b) Matizar y cribar más o menos la información.
- c) La máxima flexibilidad en la comunicación.
- d) Escuchar al interlocutor.
- e) Conocer sus opiniones y sugerencias.
- f) Poder hablar con mayor libertad sobre el impacto de la información.

#### **4.2.9 Circulares internas.**

La circular interna de la empresa, entendida como un escrito o memorandum en el que la Dirección comunica algo a todo el personal o una parte del mismo, es relativamente frecuente en empresas grandes. No se utiliza prácticamente en las PYMES. Es también únicamente unidireccional de arriba abajo.

Plantea los siguientes aspectos:

- a) Tiene las ventajas de permanencia ya citadas, del material escrito.
- b) Se puede leer y releer.
- c) Se puede guardar ordenadamente y encarpetar.
- d) Se puede distribuir a aquellas personas de la organización que interese a la dirección.
- e) La información que se da está estudiada y pensada.
- f) Es una información, más o menos concreta, y limitada.

- g) Se corre el riesgo de que no la lea aquel a quien se dirige.
- h) Puede no ser correctamente entendida o comprendida.
- i) Da un sentido de autoridad y obligatoriedad al cumplimiento cuando se requiera.
- j) Es más formal.
- k) Permite un estudio reposado por parte del que la recibe.

### **4.3 Medios de comunicación del personal hacia los directivos.**

Los medios de comunicación del personal hacia los directivos, son una herramienta muy importante dentro de una organización, ya que de ellos depende una buena retroalimentación en la comunicación por parte de los directivos hacia el personal y viceversa.

Estos medios son muy valiosos ya que por medio de ellos la mayoría de los empleados o trabajadores se dirigen hacia los directivos, para solicitar, o sugerir algún cambio en cierta área de la empresa o ámbito laboral.

Logrando de alguna manera una comunicación recíproca con los dirigentes de la organización.

#### **4.3.1 Buzón de sugerencias.**

“Utilizado en bastantes ocasiones para diversas cuestiones en la vida de la empresa. Si se usa para recabar opiniones y sugerencias de los empleados se estaría usando para la comunicación unidireccional ascendente.

Sus características básicas son:

- a) Permite su ubicación solamente en uno o varios puntos de la empresa.
- b) Suele ser poco utilizado.
- c) Cae en desuso pronto, al acostumbrarse el personal a ver los buzones allí.
- d) Hay un cierto sentido del ridículo y de respetos humanos hacia el utilizarlos.
- e) Se usan más para la protesta o la crítica negativa que para lo positivo.
- f) Teóricamente, es un buen elemento de participación, tanto anónima como

firmada.

- no
- g) Requiere leer todas las aportaciones y hacérselo saber al interesado para que se sienta defraudado.
  - h) Carece de sistemática en la información recibida”<sup>1</sup>.

#### **4.3.2 Juntas.**

Una junta o reunión, bien sea sobre cualquier aspecto del trabajo en la empresa, bien sea específicamente convocada para comunicar, es un foro abierto siempre a la información, al debate y a la exposición de las opiniones de los asistentes.

Cuando se utiliza para la comunicación interna, permite:

- a) Planificar adecuadamente.
- b) Reunir a varias personas a la vez.
- c) Escoger selectivamente a los asistentes.
- d) Exponer claramente los mensajes.
- e) Dar todas las aclaraciones adecuadas de la información a transmitir.
- f) Adecuar el nivel de la información a los asistentes.
- g) Graduar la información transmitida de acuerdo con la asimilación de los asistentes.
- h) Formular preguntas.
- i) Verificar la buena comprensión de las informaciones transmitidas.
- j) Evaluar el nivel de percepción de la información transmitida.
- k) Chequear el grado de aceptación y la reacción de los asistentes.
- l) Posibilitar modificaciones o ampliaciones de la información transmitida a instancia de los asistentes.
- m) Gran flexibilidad en la exposición.

---

<sup>1</sup> <http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/comuninter.htm>

- n) Recibir, sobre la marcha, comentarios, sugerencias y opiniones de los asistentes.
- ñ) Motivar colectivamente.
- o) Aglutinar a los asistentes alrededor del mensaje.
- p) Potenciar el liderazgo de la dirección.

Las reuniones requieren siempre una preparación previa, que permita a quienes la van a dirigir o moderar, obtener la máxima eficacia de ellas.

## **CONCLUSIONES**

## **CONCLUSIONES:**

Las relaciones Públicas Internas son importantes en el proceso de comunicación; ellas tienen el papel y la tarea primordial de intercomunicar a los integrantes de una organización.

Para que el proceso de comunicación sea efectivo se tiene que tener en cuenta que la información debe fluir libremente entre sus integrantes y no tratar de estancarla o desviarla, además de que se tiene que ir actualizando de manera periódica.

Además de facilitar los medios para la aplicación del proceso de comunicación, la cual debe ser libre y efectiva, debe de haber una retroalimentación tanto de forma descendente como ascendente, por parte de los directivos y de los integrantes de la organización.

Entre los directivos y el personal de la organización debe existir una eficaz y buena comunicación, para poder llevar a cabo las metas y objetivos propuestos en la organización.

Además en la organización se debe crear una cultura para propiciar la comunicación de los empleados hacia los directivos de la misma; fomentando en ellos a que compartan información con los directivos en la organización.

Esto debe servir primordialmente como vehículo de retroalimentación y para cerrar el ciclo de la comunicación, además de garantizar que se codifique y decodifique correctamente la información.

La retroalimentación no se puede dar correctamente si se distorsiona la información, ya sea de manera ascendente o descendente.

Para que la organización funcione al máximo debe de aplicar sus Relaciones Públicas Internas.

El proceso de comunicación en las Relaciones Públicas Internas es importante, ya que tiene el papel principal y la tarea primordial de intercomunicar a los integrantes de una organización; es decir que es el encargado de la interacción entre los individuos integrantes de una organización.

Es útil para alcanzar los objetivos y metas de la organización, por medio de este se realiza el trabajo de integración dentro de las diversas organizaciones, con el cual primordialmente se trata de integrar y hacer que los individuos interactúen entre si, para lograr los objetivos y metas propuestos en la organización, para esto se apoya en las Relaciones Públicas Internas y las herramientas necesarias para poder llevar a cabo este proceso.

Cuando pertenecemos a una organización y nos comunicamos de manera efectiva, podemos hacer más actividades y mejorar nuestra calidad de vida, para ello se necesita dejar a un lado nuestras frustraciones y miedos, dejar que los demás opinen y compartan con nosotros sus conocimientos, experiencias y expectativas, cuando

nosotros estemos en condiciones de hacer lo mismo, entonces estaremos realmente comunicándonos.

## **BIBLIOGRAFIA**



## BIBLIOGRAFÍA:

ASTI Vera, Armando; “Metodología De La Investigación”  
Edit. Kapelusz editora-1992; 192 Pp.

BERLO; David K.; “El Proceso De La Comunicación: Introducción A La Teoría Y A La Práctica”; 2ª edición; Edit. El ateneo; Buenos Aires 2000; 265 Pp.

BONILLA Gutiérrez, Carlos; “La Comunicación: Función Básica De Las Relaciones Públicas”;  
Edit. Trillas; México 1997; 101 Pp.

CASTAÑEDA Jiménez, Juan; “Metodología De La Investigación”; Edit. Mc Graw Hill; México 2005; 277 Pp.

FERNANDEZ Collado, Carlos; “La Comunicación En Las Organizaciones”; Edit. Trillas México 2002; 277 Pp.

HERNANDEZ Sampieri, Roberto; “Metodología De La Investigación”; 3ª edición; Edit. Mc Graw Hill; México 2002; 689 Pp.

J. Chruden, Herbert; “Administración De Personal”; Edit. Compañía editorial continental; México 1991; 661 Pp.

LOZANO, Fernando; “Manual Práctico De Relaciones Públicas”; 4ª edición; Edit. Internacional de comunicación y Relaciones Públicas; Madrid 1992; 320 Pp.

MERCADO H., Salvador; “Cómo Hacer Una Tesis”; Edit. Limusa; México 2002; 358Pp.

RAMOS Padilla, Carlos; “La Comunicación: Un Punto De Vista Organizacional”; Edit. Trillas; México 2002; 75 Pp.

REYES Ponce, Agustín; “Administración De Personal: Relaciones Humanas”; 1ª parte; Edit. Limusa; México 1996; 245 Pp.

RÍOS Szalay; Jorge; “Relaciones Públicas: Su Administración En Las Organizaciones”; 3ª edición; Edit. Trillas; México 1990; 130 Pp.

ROBINSON, Edward J.; “Biblioteca De Relaciones Públicas”; Edit. Compañía editorial continental; México 1984; Tomo 1: 237 Pp.; Tomo 2: 443 Pp.; Tomo 3: 666 Pp.

VAN Riel; Cees B.M.; “Comunicación Corporativa”; Edit. Prentice Hall; España 1997; 242 Pp.

VROOM; Víctor H.; “El Nuevo Liderazgo: Dirección De La Participación En Las Organizaciones”; Edit. Ediciones Díaz de Santos; Madrid 1990; 286 Pp.

XIFRA T., Jordi; “Teoría Y Estructura De Las Relaciones Públicas”; Edit. Mc Graw Hill; España 2003; 258 Pp.

## **PÁGINAS EN INTERNET:**

[http://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones\\_P%C3%BAblicas](http://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_P%C3%BAblicas)

<http://www.infosol.com.mx>

<http://www.monografias.com/trabajo28/comunicación/comunicación.shtml>

<http://www.monografias.com>

<http://www.mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo2.htm>

<http://mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo9.htm>

<http://mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo10.htm>

<http://mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo11.htm>

<http://mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo12.htm>

<http://mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo13.htm>

<http://www.monografias.com/trabajos5/autoest/autoet.shtml>

<http://www.mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo3.htm>

<http://www.mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo5.htm>

<http://www.mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo6.htm>

<http://www.mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo7.htm>

<http://www.mailxmail.com/curso/empresa/aprendizajegrupal/capitulo8.htm>

<http://monografias.com/trabajos12/adminst/adminst.shtml>

<http://roble.cnice.mecd.es/msanto1/lengua/comunica.htm>

<http://www.monografias.com/trabajos11/gerencia/gerencia.shtml>.REDES

[http://www.psicologia-online.com/monografias/5/comunicacion\\_eficaz.shtml](http://www.psicologia-online.com/monografias/5/comunicacion_eficaz.shtml)

**PLAN DE  
CUIDADOS  
DE  
ENFERMERÍA**

## PLAN DE CUIDADO

**DIAGNOSTICO DE ENFERMERÍA:** *Riesgo de infección relacionado con el procedimiento quirúrgico a la que fue sometida*

OBJETIVO	INTERVENCIONES DE ENFERMERÍA	RAZONAMIENTO CIENTÍFICO	EVALUACIÓN
<p>Planear acciones que disminuyan el riesgo de infección.</p>	<p><b>INDEPENDIENTES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vigilar el cateterismo vesical</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mantener el sistema de drenaje urinario cerrado (No Pinzado).</li> <li>2. Mantener la permeabilidad de él sistema del catéter urinario.</li> <li>3. Limpiar el catéter por fuera del meato urinario.</li> <li>4. Anotar las características del liquido drenado (color, olor y cantidad).</li> <li>5. Vaciar el depositario de drenaje urinario en los intervalos necesarios.</li> <li>6. Mantener un cuidado de piel meticuloso en la zona donde se pega y anuda el catéter con la bolsa.</li> </ol>	<p>El método para prevenir infecciones es la asepsia que es la ausencia de materia séptica, es decir estado libre de infección por medio de agentes físicos como el alcohol, agua, jabón y yodopovidona. Los gérmenes proliferan en zonas tibias, húmedas y sucias. Las características de la orina son color ámbar, cantidad aproximadamente de 1,200 a 1,500 ml en 24 horas. Características diferentes hablan de complicaciones que ponen en riesgo la vida de la paciente. Mantener la bolsa recolectora por debajo del nivel de la vejiga permite el drenaje por gravedad y evita el reflujo de orina hacia la vejiga.</p>	<p>El color de la orina fue ámbar, el volumen se encuentra dentro de los límites y se retiro la sonda vesical sin presentar complicaciones.</p>

OBJETIVO	INTERVENCIONES DE ENFERMERÍA	RAZONAMIENTO CIENTÍFICO	EVALUACIÓN
<p>Planear acciones que disminuyan el riesgo de infección.</p>	<p><b>INDEPENDIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Vía periférica</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vigilar la zona de inserción del catéter periférico.</li> <li>2. Observar si hay signos de flebitis (dolor, enrojecimiento, piel caliente, edema).</li> <li>3. Realizar curación con técnica aséptica del sitio de inserción del catéter.</li> <li>4. Informar a la paciente sobre el cuidado y la posición de la mano</li> </ol>	<p>Desde su introducción en la práctica médica, en 1945, los catéteres de plástico revolucionaron los tratamientos intravenosos. Los riesgos potenciales de infección de los catéteres intravenosos como: flebitis, infección relacionada con catéter y bacteriemia relacionada con catéter fueron definidas en 1947, dos años después de su introducción. Las normas de inserción y mantenimiento no fueron definidas durante décadas, pero en 1981 The Centres of Disease Control (CDC) las publicaron.</p> <p>Las flebitis asociadas con los catéteres venosos periféricos (CVP), aunque habitualmente no dan complicaciones ni incrementan la mortalidad, aumentan la morbilidad de los pacientes que las padecen. La flebitis es una inflamación de las venas donde se colocó un catéter.</p>	<p>Se mantuvo permeable, sin flebitis y sin datos de infección.</p>

OBJETIVO	INTERVENCIONES DE ENFERMERÍA	RAZONAMIENTO CIENTÍFICO	EVALUACIÓN
<p>Planear acciones que disminuyan el riesgo de infección.</p>	<p><b>INDEPENDIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vigilar la Herida Quirúrgica:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inspeccionar el sitio de incisión por si hubiera enrojecimiento, inflamación o signos dehiscencia o evisceración.</li> <li>2. limpiar y secarla zona que rodea a la incisión, si es necesario utilizar solución antiséptica</li> <li>3. Limpiar desde la zona más limpia a la menos limpia.</li> <li>4. Observar si hay signos de infección en la incisión.</li> <li>5. Reportar si hay cambios en la herida.</li> <li>6. Cambiar vendaje en intervalos adecuados</li> <li>7. Aplicar vendaje para proteger la incisión</li> <li>8. Instruir a la paciente acerca de la forma de cuidar la incisión</li> </ol> </li> </ul>	<p>El Proceso de cicatrización de desarrolla:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuando se lesiona un tejido, la sangre de los vasos circundantes ocupa el área afectada. Las plaquetas forman un coágulo y la fibrina en él contenida mantiene unidos los bordes de la herida.</li> <li>2. Una vez formado el coágulo, se inicia una reacción inflamatoria. Se hinchan los bordes de la herida y los leucocitos de los vasos periféricos penetran en la herida y fagocitan bacterias y restos celulares destruyendo el coágulo</li> <li>3. A medida que disminuye el tamaño del coágulo y el tejido adyacente sano secreta nutrientes y otros materiales de reparación (como fibroblastos), el tejido de granulación empieza a recubrir el área afectada</li> <li>4. Los fibroblastos del tejido de granulación secretan colágeno, sustancia de características similares al pegamento. Las fibras de colágeno entretejen el área y forman tejido cicatrizal</li> <li>5. Mientras tanto, las células epiteliales de los bordes se multiplican y migran hacia el centro de la herida. Un nuevo estrato de células superficiales reemplaza la capa destruida.</li> <li>6. Los tejidos lesionados (incluyendo los vasos linfáticos y sanguíneos y el estroma) se regeneran. Las fibras de colágeno se acortan reduciendo el tamaño de la cicatriz.</li> </ol> <p>Los sitios de infección presentan: inflamación, enrojecimiento, dolor, aumento de la temperatura, sangrado, hematoma, supuración de la herida y leucocitosis.</p>	<p>No se presentaron signos de infección en la herida.</p>

OBJETIVO	INTERVENCIONES DE ENFERMERÍA	RAZONAMIENTO CIENTÍFICO	EVALUACIÓN
<p>Planear acciones que disminuyan el riesgo de infección.</p>	<p>• Administración de antibióticos</p> <p><b>Independientes</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seguir los principios de administración de medicamentos (regla de oro y los correctos)</li> <li>2. Indagar sobre alergias a medicamentos</li> <li>3. Vigilar signos contraproducentes</li> <li>4. Documentar la administración de medicación y la respuesta de la paciente.</li> </ol> <p><b>Dependientes</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Administrar el medicamento prescrito anteriormente:</li> </ol> <p>Amikacina 500mg IV c/8 hrs.</p>	<p>Las reglas para la administración de medicamentos son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Verificar en el tarjetero, indicaciones farmacológicas.</li> <li>2. Preparar medicamentos para su administración, según indicación médica.</li> <li>3. Verificar dosis, vía de administración, nombre y estado del medicamento, equipo administración, horario y paciente correspondiente.</li> <li>4. Administrar y controlar medicamentos por diferentes vías, según indicación médica y normas vigentes: oral, dérmica, respiratoria, rectal y parenteral (intramuscular, subcutánea, intradérmica).</li> <li>5. Registrar la administración del medicamento en hoja de enfermería o donde corresponda, según norma.</li> <li>6. Observar y verificar signos de permeabilidad de la vía de administración del medicamento.</li> </ol> <p>Amikacina es un antimicrobiano del grupo de los aminoglucósidos que se indica en infecciones sistémicas graves producidas por bacilos aerobios gramnegativos susceptibles. Particularmente en infecciones nosocomiales graves producidas por microorganismos resistentes a gentamicina. Reacciones adversas ototoxicidad, toxicidad renal, dificultad para respirar.</p>	<p>La presencia de efectos secundarios de los medicamentos fue nula. Los datos de infección no se presentaron.</p>

## PLAN DE CUIDADO

**DIAGNOSTICO DE ENFERMERÍA:** *Dolor agudo relacionado con la herida quirúrgica manifestado de forma verbal, disminución de movimiento y posición antiálgica*

OBJETIVO	INTERVENCIONES DE ENFERMERÍA	RAZONAMIENTO CIENTÍFICO	EVALUACIÓN
<p>Controlar la intensidad del dolor para mejorar el estado de ánimo.</p>	<p><b>INDEPENDIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Valorar la intensidad del dolor</b></li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explorar con la paciente los factores que alivianan empeoran el dolor.</li> <li>2. Utilizar alguna escala de valoración de intensidad del dolor.</li> <li>3. Controlar los factores ambientales que puedan influir en la respuesta de la paciente a las molestias (temperatura de la habitación, iluminación y ruidos).</li> </ol>	<p>El dolor es una expresión desagradable, la percepción depende de cada persona y del estado físico del paciente. El <b>dolor</b> es una experiencia emocional (subjetiva) y sensorial (objetiva) desagradable asociada a una lesión tisular o expresada como si ésta existiera.</p> <p>Según las características del dolor se puede conocer su origen o etiología y por lo tanto su diagnóstico, su gravedad o pronóstico y tratamiento. Estas características son: localización, duración, frecuencia. Intensidad, irradiación, síntomas acompañantes: Como náuseas, vómitos, diarrea, fiebre, temblor; Signos acompañantes: sudoración, palidez, escalofríos. Factores agravantes, factores atenuantes y medicamentos.</p> <p>Existen múltiples factores psicológicos y físicos que modifican la percepción sensorial del dolor, unas veces amplificándola y otras veces</p>	<p>La intensidad del dolor se controló y se mejoró el estado de ánimo lo cual creo una participación más activa de la paciente en el cuidado de su salud</p>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Confort</b></li> <li>1. Evitar interrupciones innecesarias y permitir periodos de reposo</li> <li>2. Proporcionar una cama limpia, cómoda.</li> <li>3. Facilitar medios de higiene.</li> <li>4. Colocar a la paciente de forma que facilite la comodidad utilizando principios de alineación corporal, apoyo con almohadas en las articulaciones durante el movimiento.</li> </ul> <p><b>DEPENDIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración de analgésico prescrito: <ul style="list-style-type: none"> <li>1. <b>KETOROLACO</b></li> <li>2. Seguir las normas de la administración de medicamentos</li> </ul> </li> </ul>	<p>disminuyéndola. Personalidad: Estado de ánimo, expectativas de la persona, que producen control de impulsos, ansiedad, miedo, enfado, frustración; Momento o situación de la vida en la que se produce el dolor; Relación con otras personas, como familiares, amigos y compañeros de trabajo; Sexo y edad; Nivel cognitivo; Dolores previos y aprendizaje de experiencias previas; Nivel intelectual, cultura y educación.</p> <p>Detectar los factores que alivian o que aumentan la sensación de dolor permite implementar acciones de mecánica corporal para que los pacientes se sientan más confortables.</p> <p>Un ambiente de confort permite que la sensación de dolor disminuya y mejora el estado de animó.</p> <p>Ketorolaco es una analgésico antiinflamatorio no esteroideo, indicado en el tratamiento del dolor moderado a grave</p>	
--	--	---	--

## PLAN DE CUIDADO

### DIAGNOSTICO DE ENFERMERÍA: *Riesgo de caída relacionado con debilidad y dolor*

OBJETIVO	INTERVENCIONES DE ENFERMERÍA	RAZONAMIENTO CIENTÍFICO	EVALUACIÓN
Prevenir accidentes que compliquen la situación del paciente	<p><b>INDEPENDIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayudar en el autocuidado de transferencia</li> <li>1. Determinar la capacidad actual del individuo para moverse (fuerza, nivel de habilidad, resistencia)</li> <li>2. Identificar los métodos para evitar lesiones durante el traslado.</li> <li>3. Enseñar a la paciente a trasladarse con el tripie y el uso de sandalias</li> <li>4. Vigilar constantemente a la paciente</li> </ul>	<p>Los accidentes repercuten en la convalecencia , prolongando la estancia hospitalaria y elevando el costos por las complicaciones inherentes al accidente                      La valoración de factores de riesgo para prevenir las caídas son la: iluminación adecuada, orden del mobiliario, limpieza del área física, desconocimiento acerca de las medidas de seguridad, edad, estilo de vida, movilidad, factores relacionados con el estado físico, limitaciones sensoriales, Estado neurológico y emocional alterados, tratamiento farmacológico y los relacionados con los dispositivos para deambular.</p>	<p>La paciente no sufrió ningún accidente debido a que se siguieron las medidas de seguridad</p>

## PLAN DE CUIDADO

**DIAGNOSTICO DE ENFERMERÍA: *Bajo autoestima situacional relacionada con el deseo de ser madre.***

OBJETIVO	INTERVENCIONES DE ENFERMERÍA	RAZONAMIENTO CIENTÍFICO	EVALUACIÓN
<p>Implementar acciones que mejoren la autoestima</p>	<p><b>INDEPENDIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenciación de la autoestima               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Animar a la paciente a identificar sus virtudes</li> <li>2. Ayudar a la paciente a reexaminar las percepciones negativas que tiene de si misma.</li> <li>3. Explorar las razones de autocrítica o culpa.</li> <li>4. Animar a la paciente a que acepte nuevos desafíos.</li> </ol> </li> <li>• Apoyo emocional               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comentar las consecuencias de profundizar el sentimiento de culpa o vergüenza</li> <li>2. Proporcionar ayuda durante la negación, ira, negociación y aceptación de las fases de sentimiento de pena</li> </ol> </li> </ul>	<p>La autoestima es el sentimiento valorativo de nuestro ser, de nuestra manera de ser, de quienes somos nosotros, del conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que configuran nuestra personalidad. Esta se aprende, cambia y se puede mejorar.</p> <p>Los sentimientos ocultos de dolor suelen convertirse en enojo, y con el tiempo volverse en enojo contra nosotros mismos, dando así lugar a la depresión. Estos sentimientos pueden asumir muchas formas: odiarnos a nosotros mismos, ataques de ansiedad, repentinos cambios de humor, culpas, reacciones exageradas, hipersensibilidad, encontrar el lado negativo en situaciones positivas o sentirse impotentes y autodestructivos. La comprensión y el apoyo que se brindan son fundamentales para mejorar la autoestima de las personas.</p>	<p>La paciente se encuentra mejorando su imagen y la autocrítica positiva de si misma.</p>

## PLAN DE CUIDADO

**DIAGNOSTICO DE ENFERMERÍA: *Deterioro del patrón del sueño relacionado con temor manifestado por insomnio y de forma verbal.***

OBJETIVO	INTERVENCIONES DE ENFERMERÍA	RAZONAMIENTO CIENTÍFICO	EVALUACIÓN
<p>Implementar estrategias para mejorar el patrón de sueño y descanso</p>	<p><b>INDEPENDIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Fomentar el sueño</li> <li>1. Ayudar a la paciente a establecer una rutina al irse a dormir</li> <li>2. Ajustar el ambiente: luz, temperatura y ruidos.</li> <li>3. Evitar interrupciones innecesarias y permitir periodos de reposo</li> </ul>	<p>La importante de dormir radica el descanso para sentirse mejor durante el día. El dormir es una disciplina para el resto de la vida. Dormir mal o no descansar NO es "no dormir" Es tan importante dormir como comer.</p> <p>Existen varias factores que causan insomnio: estrés, enfermedades, un nuevo entorno, comer, beber, fumar, etc.</p> <p>El descanso se manifiesta con el buen humor y la participación en actividades mejorando así el estado de ánimo y la autoestima.</p>	<p>La paciente se sintió mejor después de dormir y descansar, lo cual se reflejo en la participación de actividades.</p>

## PLAN DE CUIDADO

**DIAGNOSTICO DE ENFERMERÍA: *Conductas generadoras de salud relacionada con los cuidados de la herida quirúrgica y alimentación manifestada con interés.***

OBJETIVO	INTERVENCIONES DE ENFERMERÍA	RAZONAMIENTO CIENTÍFICO	EVALUACIÓN
<p>Informar a la paciente sobre las medidas y cuidados a seguir en el hogar.</p>	<p><b>INDEPENDIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Enseñanza individual:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Valorar el nivel actual de conocimientos y comprensión de contenidos de la paciente Determinar la motivación de la paciente para asumir información específica (creencias sobre la salud, incumplimiento pasado, malas experiencias con cuidados/ aprendizaje de salud)Ajustar el conocimiento de acuerdo con la capacidad cognoscitiva, psicomotoras y afectivas de la paciente</li> <li>2. Instruir a la paciente sobre alimentos permitidos y prohibidos</li> <li>3. Instruir a la paciente sobre los cuidados de la herida</li> <li>4. Instruir a la paciente sobre las actividades y ejercicio puede realizar.</li> </ol> </li> </ul>	<p>El bienestar físico y mentar de las personas permite generar actitudes de cambio para un óptimo estado de salud.</p> <p>Brindar información adecuada y clara permite al paciente formular estrategias para el mejoramiento de su salud</p>	<p>La paciente se mostró participativa e interesada en los cuidados que continuaran en el hogar para que se incorporarse lo más pronto posible a su ambiente laboral</p>

## PLAN DE CUIDADO

**PROBLEMA INTERDEPENDIENTE: Sangrado transvaginal presente de cantidad moderada.**

OBJETIVO	INTERVENCIONES DE ENFERMERÍA	RAZONAMIENTO CIENTÍFICO	EVALUACIÓN
Vigilar el sangrado transvaginal para detectar oportunamente complicaciones	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="645 512 1032 544">☉ Colocar toallas sanitarias</li><li data-bbox="645 612 1111 692">☉ Vigilar la cantidad, color y olor del sangrado.</li><li data-bbox="645 807 936 839">☉ Aseo de genitales</li><li data-bbox="645 954 891 986">☉ Deambulación</li></ul>	Durante el periodo postoperatorio el sangrado transvaginal es escaso, debido a que durante el transoperatorio se realizo hemostasia de los vasos, se recomienda la deambulación para eliminar los coágulos por gravedad.	El sangrado transvaginal fue de cantidad mínima, de color rojo brillante y sin olor.

## PLAN DE CUIDADO

**DIAGNÓSTICO DE ENFERMERÍA: Hipotermia relacionado con la sensación de frío y piloerección después del baño.**

OBJETIVO	INTERVENCIONES DE ENFERMERÍA	RAZONAMIENTO CIENTÍFICO	EVALUACIÓN
<p>Mantener la temperatura corporal adecuada para mejorar el estado de ánimo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Tomar la temperatura corporal</li> <li>✦ Ayudar a secarse después del baño.</li> <li>✦ Proporcionar una cobertor</li> <li>✦ Cerrar la puerta de la unidad</li> <li>✦ Preguntar si continua la sensación de frío.</li> </ul>	<p>La hipotermia Es el descenso peligroso de la temperatura corporal, por debajo de 35° C. La hipotermia ocurre cuando el cuerpo pierde más calor del que puede generar y generalmente es causada por una prolongada exposición al frío. Las causas más comunes son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Permanecer al aire libre durante el invierno sin protegerse con la suficiente ropa adecuada.</li> <li>• Caer de una embarcación en aguas frías.</li> <li>• Usar ropas húmedas por mucho tiempo cuando hay viento o hace mucho frío.</li> <li>• Hacer esfuerzos agotadores o ingerir alimentos o bebidas en cantidades insuficientes en climas fríos, incluso en temperaturas por encima del punto de congelación</li> </ul> <p>Se deben usar prendas de vestir adecuadas en temperaturas frías para proteger el cuerpo</p>	<p>Se regulo la temperatura y se mantuvo normotérmica durante la estancia hospitalaria</p>

## PLAN DE CUIDADO

### DIAGNÓSTICO DE ENFERMERÍA: Riesgo de deterioro de la comunicación verbal con sus familiares

OBJETIVO	INTERVENCIONES DE ENFERMERÍA	RAZONAMIENTO CIENTÍFICO	EVALUACIÓN
Ayudar a encontrar soluciones para los problemas familiares.	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="645 544 1059 611">✦ Permitir que explique su situación familiar.</li><li data-bbox="645 687 1151 719">✦ Crear un ambiente confortable</li><li data-bbox="645 796 1144 863">✦ Ayudar a encontrar soluciones reales.</li><li data-bbox="645 903 1032 970">✦ Ayudar a enfrentar los problemas.</li></ul>	En la vida el hombre se enfrenta con innumerables problemas. Cada persona necesita saber cómo resolver cada uno de estos problemas inteligentemente. Se necesita comprender cada problema. La solución de todo problema está en el problema mismo. Lo más importante es no identificarse con el mismo. Se necesita mucha paz y quietud mental Escuche buena música, y luego con su mente tranquila y quieta, estando en perfecta paz, trate de comprender profundamente el problema recordado que la solución de todo problema está en el problema mismo.	La paciente tiene la capacidad para enfrentar los problemas familiares.



## PLAN DE CUIDADO

**DIAGNÓSTICO DE ENFERMERÍA: Déficit de actividades recreativas relacionado con el poco interés para desarrollarlas.**

OBJETIVO	INTERVENCIONES DE ENFERMERÍA	RAZONAMIENTO CIENTÍFICO	EVALUACIÓN
<p>Motivar a la participación de actividades recreativas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Permitir que la paciente explique sus gustos por las actividades recreativas</li>   <li>✦ Motivar a la participación de actividades.</li>   <li>✦ Explicar cuales son los beneficios</li> </ul>	<p>La motivación es una condición indispensable para encarar cualquier actividad.</p> <p>El ser humano necesita momentos de recreación y disfrute todos los días de su vida, por lo que las actividades mas importantes son las diarias, que tienen relación con el hogar el hábitat y las comunidades principalmente.</p> <p>Las actividades recreativas permiten liberar el estrés y relaja la mente permitiendo mejorar el estado de ánimo.</p>	<p>La paciente buscara realizar actividades recreativas pasivas durante el tiempo de convalecencia y posteriormente actividades más dinámicas.</p>

## PLAN DE ALTA

Nombre: IIH Edad: 41 años Sexo: FEMENINO

Objetivo del plan: **Informar sobre los cuidados que deberá mantener en el hogar para evitar complicaciones.**

Problemas y/o Necesidades	Acciones que realizará el Familiar	Observaciones
Oxigenación	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Colocar a la paciente en posición semifowler.</li><li>✓ Proporcionar papel higiénico para eliminar las secreciones nasales.</li></ul>	Llevar a consulta médica si contrae alguna infección respiratoria.
Nutrición e Hidratación	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Ingesta de líquidos abundante</li><li>✓ Evitar alimentos muy condimentados, picantes y refresco</li><li>✓ Proporcionar una dieta que contenga los principales grupos alimenticios.</li></ul>	
Eliminación	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ La eliminación intestinal sea diaria o cada tercer día.</li><li>✓ Vigilar la eliminación vesical</li></ul>	Llevar a consulta médica si existe problemas para evacuar (estreñimiento) y al orinar (ardor).

Mantener una Buena Postura	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fomentar la deambulaci3n.</li> <li>✓ Proporcionar una postura para evitar el aumento de dolor.</li> <li>✓ Cambio frecuente de postura</li> </ul>	
Cansancio y Sueño	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proporcionar un ambiente adecuado que permita dormir y descansar</li> <li>✓ Evitar actividades de grandes esfuerzos.</li> </ul>	
Uso de Prenda de Vestir	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proporcionar una vestimenta holgada</li> <li>✓ Realizar cambio de ropa interior y exterior diario.</li> </ul>	
Termorregulaci3n	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Vigilar la aparici3n de fiebre</li> <li>✓ Proporcionar mantas para evitar hipotermia.</li> </ul>	Visita m3dica en caso de fiebre.
Higiene y Protecci3n de la piel	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Baño diario</li> <li>✓ Cuidados de herida quir3rgica</li> <li>✓ Lubricaci3n de piel</li> <li>✓</li> </ul>	Visita m3dica para retiro de puntos
Evitar Peligro	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Usar sandalias en el baño</li> <li>✓ Detectar zonas de riesgo como: escaleras</li> <li>✓ Seguir medidas de seguridad</li> </ul>	
Comunicaci3n	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Escuchar a la paciente</li> <li>✓ No realizar comentarios desagradables</li> <li>✓ Crear una ambiente agradable</li> </ul>	

Vivir según la Creencia	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Proporcionarle material que permita tener contacto con Dios.</li><li>✓ Llevarla a la iglesia si es necesario</li></ul>	
Trabajo y Realización		
Actividades Recreativas	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Invitarla a un grupo motivacional</li></ul>	
Aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Enseñarle como debe tomar sus medicamentos.</li></ul>	
Sexualidad y Reproducción	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Vigilar el sangrado transvaginal</li></ul>	

## **CONCLUSIONES**

Las actividades que se planearon se ejecutaron dando como resultado una buena evolución postoperatorio sin complicaciones durante la estancia hospitalaria y con enseñanzas para mejorar el autocuidado. La paciente fue dada de alta por mejoramiento al estado de salud.

En este trabajo se englobaron todos los aspectos teóricos y prácticos aprendidos durante la carrera, lo cual permitió diseñar planes y estrategias para el mejoramiento de la salud así como prestar una atención de enfermería de eficacia y eficiencia.

La atención de Enfermería debe ser constante, de calidad y calidez que permita el aprendizaje del paciente en busca de su autocuidado realizando el sentido práctico de la comunicación.

## G L O S A R I O

**Asepsia:** es la condición libre de microorganismos que producen enfermedad o infección ya sea por medios mecánicos o químicos.

**Bloqueo peridural:** técnicas de analgesia regional que se utiliza con más frecuencia para: el control del dolor durante el trabajo de parto, en intervenciones quirúrgicas de abdomen y miembros inferiores, así como también para el tratamiento del dolor postoperatorio y crónico. Se coloca a nivel lumbar y se fija un catéter por el cual se induce la analgesia.

**Efectos Secundarios:** son los síntomas y signos que sugieren una alergia, intoxicación o cualquier reacción adversa a la acción del medicamento.

**Histerectomía:** es la extirpación del útero por medio de alguna técnica quirúrgica.

**Histeroscopia:** Es un procedimiento quirúrgico endoscópico que permite acceder a la cavidad uterina para evaluarla o intervenirla quirúrgicamente.

**Hormona luteinizante:** es la proteína reguladora de la secreción de testosterona en el hombre y que en la mujer controla la maduración de los folículos, la ovulación, la iniciación del cuerpo lúteo y la secreción de progesterona.

**Miomatosis uterina:** los tumores pélvicos más comunes en la mujer, son frecuentes durante la vida reproductiva y en el embarazo. Los síntomas son hemorragia uterina anormal, anemia, dolor y datos de compresión a órganos adyacentes. El tratamiento puede ser quirúrgico u hormonal.

**Nic:** es la nomenclatura de Nursing Interventions Classifications que significa clasificación de intervenciones de Enfermería. Libro que contiene las acciones que se deben implementar por parte del personal de enfermería

**Noc:** es la nomenclatura de Nursing Outcomes Classifications que significa clasificación de resultados de enfermería. Libro que contiene las respuestas a las actividades realizadas por el personal de enfermería.

**Postoperatorio:** Es el período que transcurre entre el final de una operación y la completa recuperación del paciente, o la recuperación parcial del mismo, con secuelas. se divide en: Inmediato, Mediato y Alejado.

**Proceso Atención Enfermería:** Es un método sistemático de brindar cuidados humanísticos centrados en el logro de objetivos de forma eficiente.

**Proteína Bcl-2:** son esenciales para mantener los sistemas de órganos en buenas condiciones y las mutaciones que los afectan están implicadas en el cáncer.

**Signos vitales:** son las señales o reacciones que presenta un ser humano con vida que revelan las funciones básicas del organismo: Respiración, Pulso, Reflejo Pupilar, Temperatura y Presión Arterial.

**Tomografía:** Es un estudio de rayos X que ayuda a diagnosticar con más detalle ciertas condiciones. Las imágenes de rayos X, son tomadas de diferentes ángulos y arregladas por una computadora para mostrar en corte transversal la vista de ciertos órganos del cuerpo.

**Ultrasonido:** Es el uso de ondas sonoras de alta frecuencia para crear imágenes de órganos y sistemas dentro del cuerpo.

**Útero:** El útero, también denominado matriz o seno materno, es el órgano de la gestación del aparato reproductor femenino. Situado entre la vagina y las trompas de Falopio, aloja al blastocisto, que se implanta en el endometrio, dando comienzo a la gestación. El útero está irrigado por las arterias uterinas, ramas de la arteria hipogástrica. La pared del útero presenta tres capas de células que son de fuera a dentro:

1. **Serosa**, que corresponde al peritoneo en la parte posterosuperior, y a tejido laxo que se extiende por los lados en los perimétricos.
2. **Miometrio**, formado por tejido muscular liso.
3. **Endometrio**, que es una capa mucosa especializada que se renueva en cada ciclo menstrual.

## **B I B L I O G R A F Í A**

BUÑUELOS, Raquel. Miomatosis Uterina enfoque endocrinológico. Revista de Endocrinología y Nutrición. Vol 8, julio 2000.

JONSON, Marion. Clasificación de resultados de Enfermería (NOC). Ed Elsevier science, ed 2ª

McCLOSKEY, Joane. Clasificación de intervenciones de Enfermería (NIC). Ed Elsevier, ed 4ª 2005.

Diagnosticos Enfermeros: definiciones y Clasificaciones 2005 – 2006 NANDA INTERNATIONAL, Ed elsevier.

RODRGUEZ, Rodolfo. Vademécum académico de medicamentos. Ed McGraw Hill, ed 3ª 1999.

RODRIGUEZ, Bertha. Proceso Enfermero Aplicación Actual. Ed Cuellar, ed 2ª 2002

HERNANDEZ, Roberto. Metodología de la investigación. Ed McGraw Hill, ed 3ª 2003

WILLIAMS Obstetricia, Ed panamericana ed 12ª

MONDRAGÓN CH. Obstetricia básica ilustrada. 1982.

WILSON JR, Carrington ER. Gineco obstetricia. Edit. Manual Moderno, 1991

ROSALES Barrera Susana. Fundamentos de Enfermería. Ed, Manual Moderno. México 2000.

<http://content.jeffersonhospital.org/content.asp?pageid=P04627>

<http://www.terra.es/personal/duenas/teorias2.htm>

<http://www.enursescribe.com/Henderson.htm>

[http://www.alemana.cl/ginecologia/gin\\_lap005.html](http://www.alemana.cl/ginecologia/gin_lap005.html)

[http://es.wikipedia.org/wiki/Virginia\\_Hender](http://es.wikipedia.org/wiki/Virginia_Hender)



**ANEXOS**

## MIOMATOSIS UTERINA

Son compuestos de músculo liso y tejido conectivo como elemento de sostén, son los tumores pélvicos más comunes en la mujer y constituyen del 27 al 67% de las indicaciones de histerectomía entre los 25 y 55 años de edad.

Son frecuentes durante la vida reproductiva, en el embarazo, en mujeres de raza negra y en quienes reciben estrógenos.<sup>1</sup>

## CLASIFICACIÓN

Los miomas uterinos se clasifican de acuerdo a su localización anatómica en:

- **Submucosos**: Se encuentran debajo del endometrio y tienden a comprimirlo a medida que crecen hacia la cavidad uterina, son los más propensos a producir hemorragias profusas.
- **Intramurales**: Se sitúan en la musculatura uterina (miometrio). Si son múltiples y de gran tamaño aumentan en forma considerable el volumen uterino.
- **Suberosos**: Se hallan en la superficie serosa del útero y pueden protruir hacia la cavidad peritoneal, tienden a ser pediculados y semejar neoplasia ovárica, pueden extenderse entre las dos capas peritoneales del ligamento ancho, volviéndose miomas intraligamentarios.<sup>2</sup>

## CUADRO CLÍNICO

La mayor parte de los casos son asintomáticos. Puede haber hemorragia uterina anormal, anemia, dolor y datos de compresión

---

<sup>1</sup> WILLIAMS Obstetricia, Ed panamericana ed 12ª

<sup>2</sup> BUÑUELOS, Raquel. Miomatosis Uterina enfoque endocrinológico. Revista de Endocrinología y Nutrición. Vol 8, julio 2000.

a órganos adyacentes, esto último depende del volumen uterino. La hemorragia uterina anormal se debe a ruptura del tejido endometrial (mioma submucoso) o dilatación del sistema venoso uterino (mioma intramural), además de estar involucrados factores de crecimiento.

## **ETIOLOGÍA**

1. El aumento del número de receptores para estrógenos y progesterona.
2. En el miometrio hay además endotelina "A", que estimula la síntesis de DNA, división celular e hipertrofia de miocitos, fibroblastos y células mesangiales.
3. La proteína Bcl-2, inhibidora de apoptosis que se expresa abundantemente en los miomas y, que aumenta su efecto con la progesterona y su expresión se mantiene en el tratamiento con análogos agonistas de LH-RH.
4. Factores alimentarios se relacionan con miomatosis uterina como el consumo de carne de res y jamón; obesidad oculta (IMC < 24.0 y porcentaje de grasa corporal mayor o igual a 30%) y distribución de la grasa en tronco superior del cuerpo.

## **DIAGNÓSTICO**

El diagnóstico se realiza por clínica cuando existen síntomas y el tumor es palpable a la exploración bimanual de pelvis. Aunque métodos más específicos son el ultrasonido, la tomografía computarizada y la resonancia magnética de pelvis.

## TRATAMIENTO

Puede ser médico, quirúrgico o una combinación, aunque no todas las pacientes con miomatosis uterina lo necesitan, sólo aquellas que se encuentran sintomáticas (sangrado uterino anormal, compresión de Órganos adyacentes o dolor), útero de crecimiento rápido o grande (equivalente de 12 a 14 semanas de gestación), deseo de fertilidad o aborto habitual.

## HISTERECTOMÍA

1. Indicaciones: Pacientes con paridad satisfecha, sintomáticas y sin riesgo quirúrgico.
2. Abordaje: Se realiza por vía abdominal, vaginal o esta última con asistencia laparoscopia en úteros menores de 500 g, lo que alarga el tiempo quirúrgico con relación al procedimiento abdominal pero acorta el tiempo de recuperación.
3. Complicaciones: Hemorragia, hematoma, infección, fiebre y lesión a Órganos adyacentes.

## TIPOS DE HISTERECTOMÍA<sup>3</sup>

- **Histerectomía total:** Consiste en la extirpación de todo el útero, incluido el fundus (parte del útero localizada por encima de las aberturas de las trompas de falopio) y el cuello uterino, aunque no los ovarios. Este es el tipo más común de histerectomía.
- **Histerectomía con ooforectomía bilateral:** Consiste en la extirpación de un ovario o de ambos y a veces de las trompas de falopio, junto con el útero.

---

<sup>3</sup> [http://www.alemana.cl/ginecologia/gin\\_lap005.html](http://www.alemana.cl/ginecologia/gin_lap005.html)

- **Histerectomía radical:** Consiste en la extirpación del útero, el cuello uterino, el tramo superior de la vagina, la mayor parte del tejido que rodea el cuello uterino en la cavidad pélvica, y puede incluir la extracción de los nódulos linfáticos de la pelvis. Este procedimiento se realiza en ciertos tipos de cáncer.
- **histerectomía supracervical** (histerectomía parcial o subtotal):  
Extirpación del cuerpo del útero mientras y preservación del cuello uterino.

## **PROCEDIMIENTOS PARA REALIZAR UNA HISTERECTOMÍA**

### **Histerectomía abdominal:**

Se extirpa el útero a través de una incisión quirúrgica en el abdomen, de unas seis a ocho pulgadas de longitud. Este procedimiento se suele utilizar cuando se deben extirpar los ovarios y las trompas de falopio, cuando el útero está agrandado, o cuando la enfermedad se ha propagado a la cavidad pélvica, como podría ocurrir en un caso de endometriosis o cáncer. La principal incisión quirúrgica puede ser vertical, desde el ombligo al pubis, u horizontal, a lo largo de la parte superior de la línea del vello púbico.

### **Histerectomía vaginal:**

Se extirpa el útero a través de la abertura de la vagina. Este procedimiento suele emplearse en casos de prolapso uterino o cuando es necesario efectuar la reparación de la vagina a causa de condiciones relacionadas. No se realizan incisiones externas, lo cual significa que no quedan cicatrices visibles.

**Histerectomía vaginal asistida por laparoscopia:**

La histerectomía vaginal se realiza con la ayuda de un laparoscopio, un tubo delgado y flexible que contiene una cámara de video. Se insertan tubos delgados a través de pequeñas incisiones realizadas en el abdomen cerca del ombligo. Luego, se extirpa el útero en secciones a través del laparoscopio o por la vagina.