

RELEVANCIA HEDÓNICA DEL SENTIDO DE PERTENENCIA. UN DESAFÍO DE FILIACIÓN ORGANIZACIONAL EN TIEMPOS DE CRISIS SOCIOECONÓMICA

Autor: Rafael Luque
rafaeduard.luque@gmail.com

PALABRAS CLAVE

Relevancia hedónica. sentido de pertenencia. filiación organizacional

RESUMEN

El sentido de pertenencia, está determinado por la importancia de la identificación de los empleados y el valor que le dan a su sitio de trabajo, algo que es observable en su actitud; a partir de allí la presente investigación plantea como propósito general, generar un corpus teórico sobre la relevancia hedónica del sentido de pertenencia como desafío de filiación organizacional en tiempos de crisis socioeconómicas. Para su desarrollo se utilizó la metodología cualitativa, con abordaje en la investigación social, desde una perspectiva fenomenológica hermenéutica, por cuanto la naturaleza de la misma requirió del diseño de seis (6) fases que van desde la descripción del fenómeno hasta su interpretación. Para la recolección de la información se empleó la entrevista focalizada, utilizando como técnica de análisis la categorización y triangulación. Finalizada la investigación se concluyó que el proceso de desvanecimiento del sentido de pertenencia del empleado hacia su espacio laboral, se debe a la carencia de estrategias para mejorar la comunicación interpersonal; recomendando diseñar estrategias de interacción comunicativa como base para las relaciones interpersonales entre la gerencia y los trabajadores, pues se considera que el sentido de pertenencia, es un proceso socioemocional, que responde a los elementos del entorno laboral.

HEDONIC RELEVANCE OF THE SENSE OF BELONGING. A CHALLENGE OF ORGANIZATIONAL AFFILIATION IN TIMES OF SOCIOECONOMIC CRISIS

Author: Rafael Luque
rafaeduard.luque@gmail.com

KEYWORDS

Relevance hedonic. sense of belonging. organizacional affiliation

ABSTRACT

The sense of belonging is determined by the importance of the identification of employees and the value they give to their workplace, something that is observable in their attitude; From there the present investigation raises as a general purpose, to generate a theoretical corpus on the hedonic relevance of the sense of belonging as a challenge of organizational affiliation in times of socioeconomic crisis. For its development the qualitative methodology was used, with approach in the social investigation, from a phenomenological hermeneutic perspective, since the nature of the same required the design of six (6) phases that go from the description of the phenomenon until its interpretation. For the collection of the information was used the focused interview, using categorization and triangulation as analysis technique. After the investigation, it was concluded that the process of fading the employee's sense of belonging to his work space is due to the lack of strategies to improve interpersonal communication; Recommending the design of communicative interaction strategies as the basis for interpersonal relationships between management and workers, since it is considered that the sense of belonging is a socio-emotional process that responds to the elements of the work environment.

INTRODUCCIÓN

En psicología social, el proceso de atribución describe la tendencia que tienen los seres humanos de explicar las acciones (y la de los grupo de referencia) desde los motivos externos, es decir, por las circunstancias del momento, mientras que a la hora de interpretar los comportamientos de otros, lo hace desde motivos internos, como parte de su carácter o personalidad. En otras palabras, el auto comportamiento la persona lo explica atendiendo a las situaciones, el del otro por su disposición; de allí que tratar de entender el sentido de pertenencia desarrollado por los empleados hacia su sitio de trabajo, es adentrarse en el interés por determinar desde una perspectiva conductual, la relación que establece la gerencia con los empleados y las repuestas que estos dan manifestados a través de su desempeño laboral.

Sin embargo, actualmente el país experimenta cambios profundos y trascendentales a nivel socio políticos, que han influido en la

economía nacional y en la cultura laboral del venezolano, bajo un estado de recesión patrimonial y en fase más depresiva, trae como consecuencia social la desesperanza, la reducción de la productividad personal, corporativa y la ausencia de una identidad común, siendo las consecuencias más notorias del escaso compromiso de los trabajadores con su desempeño laboral; a partir de allí, el presente estudio busca generar un corpus teórico sobre la relevancia hedónica del sentido de pertenencia como desafío de filiación organizacional en tiempos de crisis socioeconómicas.

Es decir, se pretende determinar la importancia que le dan los empleados a su trabajo y las relación que establecen con su entorno, asumiendo las realidades socio económicas del país que diariamente afectan la estabilidad laboral de los trabajadores, buscando comprender los elementos que permiten que algunos se sienten realmente identificado con la empresa, demostrando siempre su lealtad incondicional, interés, así como

aquellos que no sienten atracción hacia los proyectos o planes que desarrolle la misma, es decir carecen de motivación y por ende sólo presta atención a su bienestar propio, además de observar la presencia del trabajador disidente, que no es más que aquel empleado autoritario, que quiere imponer su opinión o punto de vista ante los demás, no acepta críticas ni consejo y sólo quiere hacer valer su criterio.

Momento Empírico

En los últimos años, los diferentes movimientos y las nuevas tendencias empresariales, buscan diseñar estrategias que permitan entre otros propósitos, no solo fidelizar al cliente, sino también impulsar en los empleados la adquisición y práctica permanente de valores que definen las normas de conducta o la manera de actuar, según la cultura corporativa de la empresa; entre estos se destaca la confidencialidad, lealtad, trabajo en equipo, honestidad y responsabilidad. No obstante, la importancia de fomentar estos valores se sustentan en la necesidad de establecer el ADN y personalidad de las empresas, lo

cual se refleja en el comportamiento y desempeño laboral de los trabajadores, además que le permite al gerente identificar si el empleado se adapta a sus funciones y se relaciona asertivamente con los demás en su espacio laboral.

Villarreal (2013), sostiene que sentido de pertenencia se refiere y la identificación de cada trabajador con la organización, “implica conocer sus valores y elementos culturales, asumirlos, defenderlos y promulgarlos como si fueran propios, además de dar prioridad a los intereses organizacionales y comprometerse a la consecución de los mismos”. (p.56).

Ahora bien, según lo mencionado por la autora, el sentido de pertenencia desarrollado por los empleados de una empresa, no surge de manera espontánea, sin embargo, se observa que hoy día debido a los cambios culturales y generacionales de los empleados esta actitud de reciprocidad con la empresa ha cambiado, además de presenciarse un contexto empresarial que centra su atención a la incertidumbre diaria sujeta a las políticas

gubernamentales, descuidando la atención hacia el empleado y el fortalecimiento de los mecanismos de filiación laboral basados en un salario emocional.

Evidentemente aun cuando la economía del país se encuentre en un momento de cambios permanentes y determinantes para el equilibrio financiero, los trabajadores dentro de las empresas no reaccionan frente a análisis económicos, surgiendo según Lozada (2014), “una configuración de varios tipos de trabajadores, según su grado de disposición para cumplir con su deber, atendiendo a la fijación que éstos poseen con la crisis económica del país”. (p. 21), es decir, estos solo manifiestan un interés por establecer una relación entre el valor monetario devengado como salario mensual y las oportunidades para cubrir las necesidades básicas propias y de su entorno familiar, reconociéndose que la situación actual del país no permite consolidar los valores corporativos establecidos, debido a las influencias externas que afectan la capacidad de identificación de los empleados frente a sus funciones laborales.

En la actualidad esta realidad puede evidenciarse en muchas empresas de diferentes intereses comerciales, referencialmente en Platinum Sport Bar, una empresa dedicada a la prestación de servicio gastronómico y que en horario nocturno ofrece un ambiente disco al estilo cosmopolita; en ella se puede apreciar una configuración de valores determinados por la calidad del desempeño laboral de los empleados, pues entre ellos se encuentra el trabajador comprometido, el trabajador indiferente y el trabajador disidente, esta percepción se obtuvo de conversación exploratoria sostenidas con algunos empleados seleccionados de manera aleatoria, en donde se registraron expresiones tales como ¡si consigo un trabajo que me pague más me voy!... ¡ Estoy agradecida pero inconforme, uno propone y no le paran a lo que uno dice!...¡No mordería la mano del amo que me da de comer!.... ¡ Quiero que el negocio crezca porque así yo tengo trabajo!.... ¡ Yo solo hago por lo que me pagan, ni opino ni nada!....

Por todo lo descrito se puede presumir, que existen ciertas causas tanto internas como externas al entorno laboral de los empleados que resultan determinantes para la pérdida del sentido de pertenencia hacia el trabajo desempeñado y que solo son observables mediante la manifestación conductual que estilan en su comportamiento laboral, reconociendo que unas conductas son más marcadas que otras, pero que de una u otra forma, siempre están influyendo en las actitudes de los demás e incongruentemente son justificadas por el desasosiego socio político del país, generando un estado de incertidumbre entre las estrategias diseñadas por las empresas para propiciar el sentido de pertenencia hacia el entorno laboral y diferentes conductas mostradas por lo empleados pare con su trabajo.

Desde esta perspectiva, puede considerarse como problemática emergente que en la actualidad, las empresas son poseedoras de trabajadores indiferentes, desmotivados, poco colaboradores, apáticos y sobre todo carentes de

amor por su trabajo, atribuyendo que una de las principales causas de esta situación se debe al alto grado de incertidumbre que las mismas condiciones del entorno sociopolítico les generan, estableciendo en ellos un sesgo atribuido frente al resto de los compañeros de trabajo, así como hacia la gerencia que repercute en el desarrollo del sentido de pertenencia.

No obstante, existe una disociación entre las realidades contextuales al intentar analizar desde una perspectiva psicosocial el sentido de pertenencia y los esfuerzos por algunas empresas en ofrecerles a los empleados oportunidades de crecimiento profesional, desarrollo de sus habilidades y destrezas mediante el aprendizaje continuo, establecimiento de un sistema de relaciones interpersonales basado en una línea de mando con comunicación asertiva y sobre todo compensación salarial acorde a la competencia laboral de cada uno de ellos y el comportamiento de los mismos frente a su desempeño laboral, pues evidentemente no existe un punto de congruencia que permita identificar las

causas reales que inciden en el comportamiento de los empleados y la filiación con su trabajo, justificándose con la desmotivación laboral producto de la crisis económica y socio política del país.

Ahora bien, lo anteriormente descrito permite considerar que al no existir una relativa filiación del trabajador con su espacio laboral, se genera como consecuencia un clima socioemocional afectado y que es percibido en la conducta de los empleados, quienes no demuestran compromiso e identificación hacia la empresa, no existe motivación en materia laboral, se observan altos índices de absentismo, apatía por las actividades extra-laborales, poca integración para el trabajo en equipo, siendo muy particular el hecho de trabajar únicamente por un salario, sin importarle la eficiencia de su trabajo lo que suceda con los estándares de calidad del producto generado.

Todas estas carencias traen consigo consecuencias determinantes para el desarrollo, posicionamiento y expansión empresarial, además de propiciar un ambiente laboral social

desarmonizado, ambivalente y poco estructurado en cuanto al cumplimiento de las metas organizacionales; en consecuencia esta realidad lleva a considerar la necesidad de determinar las razones que motivan al trabajador a desarrollar o no empatía y sentimientos de filiación por sus funciones laborales y más aún por su desempeño como colaborador y capital humano de la empresa.

Todo esta perspectiva socio laboral y atendiendo a la postura asumida frente a la realidad evidenciada dan paso a las siguientes interrogantes: -¿Cuáles son los rasgos significativos del discurso de los actores, que permiten comprender las razones que justifican su actitud laboral?¿Cuál es el sentido y significado que le otorgan los actores de Platinum Sport Bar, al proceso de filiación organizacional a partir de la connotación subjetiva encontradas en las líneas narrativas?¿Qué elementos discursivos teorizan el desempeño laboral de los empleados que permita comprender el proceso de filiación organizacional a partir de la

connotación subjetiva encontrada en las líneas narrativas?

Partiendo de estas interrogantes, emergen los propósitos de la investigación, por cuanto la finalidad general está centrada en: Generar un corpus teórico sobre la relevancia hedónica del sentido de pertenencia como desafío de filiación organizacional en tiempos de crisis socioeconómicas. No obstante, se plantean como Propósitos Específicos:

1. Analizar los rasgos significativos del discurso de los actores, que permiten comprender las razones que justifican su actitud laboral.
2. Interpretar el sentido y significado que le otorgan los actores de Platinum Sport Bar, al sentido de pertenencia desde su cosmovisión discursiva.
3. Construir un corpus teórico que permita comprender el proceso de filiación organizacional a partir de la connotación subjetiva

encontradas en las líneas narrativas.

En torno a lo antes expuesto, surge la siguiente investigación, cual desde una perspectiva investigativa, se justifica al plantearse la inquietud de generar un corpus teórico sobre la relevancia hedónica del sentido de pertenencia como desafío de filiación organizacional en tiempos de crisis socioeconómica; es decir, la investigación busca interpretar que elementos emergentes del entorno socio laboral, personal, familiar y psicológicos son los que determinan el proceso de identificación del empleado con su trabajo y el desarrollo del sentido de pertenencia, como característica principal para la sinergia laboral.

Desde este punto de vista, la presente investigación posee una relevancia empresarial determinada por la posibilidad de ofrecer una perspectiva gerencial que permita diseñar indicadores de referencia para la captación de personal basándose en las perspectivas que estos poseen sobre la realidad del país y las posibilidades de adaptarse a las

exigencias del entorno laboral, atendiendo a su actitud de motivación, identificación y visión social.

Desde una perspectiva sociológica, el desarrollo de la investigación pretende ofrecer una interpretación sobre la influencia del entorno socio cultural de los individuos para el desarrollo de la filiación, como elemento requerido para la integración armónica de sus intereses profesionales al desempeño laboral, manifestado en la dedicación y búsqueda de crecimiento a la par de la empresa bajo la perspectiva de capital humano.

De allí que el estudio se engloba dentro de la línea de investigación “Responsabilidad social de la empresa, calidad de vida y bienestar en la sociedad de la información”, del Doctorado en Gerencia Avanzada, de la Universidad Fermín Toro, cuyo propósito es analizar crítica, creativa e interpretativamente las transformaciones que experimenta la cultura organizacional atendiendo a los cambios socio políticos y económicos del país y que afecta de

manera determinante la actitud del trabajador y su sentido de pertenencia hacia su entorno laboral.

Antecedentes y Supuestos Teóricos

A continuación se presentan una serie de investigaciones, tomadas como antecedentes, las cuales guardan relación con el objeto de estudio utilizados para afianzar el proceso de indagación; al respecto Contreras (2011), señala que los antecedentes: “se refieren a la revisión de trabajos previos sobre el tema en estudio”. (p. 18); además de los antecedentes, en este apartado de la investigación se señalan las referencias teóricas documentales que permiten dar una base flexible para la comprensión del objeto de estudio abordado.

Bermúdez (2014), realizó una investigación titulada “Construcción del Clima Organizacional Asertivo Mediante el Desarrollo del Sentido de Pertenencia Organizacional”. La investigación planteaba como objetivo general determinar cuáles son los elementos que permiten construir un clima laboral asertivo mediante el sentido de pertenencia que poseen lo

empleados de la organización. El estudio se llevó a cabo en las instalaciones del Restaurante Menja Bé, ubicado en Barcelona España, donde se consultaría a nueve (9) de los diecisiete (17) empleados que allí laboran. Para lograr tal intencionalidad la autora asumió la perspectiva epistemológica socio constructivista con apoyo en el método de la teoría fundamentada de base interpretativa.

Los reportes de conocimiento ofrecidos por los actores sociales permitieron dar un enfoque concluyente a un conjunto de categorías emergentes, las cuales fueron interpretadas por la investigadora para finalmente sugerir la construcción de nuevos acercamientos conceptuales acerca de la necesaria imbricación que debe existir entre el clima laboral y el sentido de pertenencia real.

Bajo la misma tendencia investigativa Arenas, (2013), tituló su investigación “Valores Organizacionales Emergentes en una Venezuela con Cambios de Idiosincrasia Laboral”. Teniendo como propósito general, determinar

cuáles son los valores organizacionales requeridos en la nueva estructura del venezolano en la época actual. Para el desarrollo de la investigación, el autor propuso la metodología de tipo cualitativa orientada hacia el enfoque de investigación acción participante (I.A.P.); tomando como muestra representativa para el estudio a diecisiete (17) empleados de la fábrica de galletas Bizcochería Roma, ubicada en Caracas.

El proceso de análisis de la información le permitió concluir al investigador que las nuevas leyes, así como la cadena de mando, constituyen los elementos básicos para implantar valores socio laborales que determinan el trabajo del venezolano actualmente, atendiendo a las diversas situaciones políticas del país. En razón a las conclusiones, sugiere que las empresas hoy día deben establecer dentro de su estructura corporativa, valores instrumentales tales como lealtad y compromiso, pues la convulsión social actual requiere de personas comprometidas con su trabajo y a

partir de allí se va desarrollando el sentido de pertenencia hacia la empresa u organización.

Es pertinente citar a González, (2013), quien realizó una investigación titulada “Estilos de Comunicación Gerencial en la Reputación Interna Vs Prestigio Externo del Sentido de Pertenencia Laboral”. La mencionada investigación planteaba como propósito general, determinar el estilo de comunicación gerencial utilizado para la consolidación de las relaciones interpersonales y por ende la identificación de los empleados con la empresa. La misma se desarrollo en el restaurante Miel y Canela Wine Lounge del hotel La Pedregosa en el Estado Mérida. Solicitando la colaboración de trece (13) empleados que allí laboran.

Epistemológicamente el estudio se desarrolló mediante un paradigma investigativo multimodal e integrador; además, se corresponde con una investigación de campo de carácter descriptivo – interpretativo con apoyo en una amplia revisión documental. Mediante la interacción del investigador con la realidad objeto de

estudio concluyó que el concepto perceptivo de los empleados sobre la comunicación interna, llevada a cabo por la gerencia es la que determina las bases para que el empleado pueda posicionar a la empresa en el exterior mediante comentarios asertivos, positivos y de aceptación filial con su entorno laboral.

Esta perspectiva le permitió sugerirle a la gerencia, utilizar el estilo gerencial participativo utilizando estrategias de integración, con la finalidad de hacer consciente al empleado de la importancia de su desempeño para la empresa. De allí, la relevancia vinculante con la presente investigación, puesto que la inquietud se ubica en el plano del compromiso gerencial, que permitan generar experiencias significativas mediante la comunicación interna para inducir en los empleados el sentido de pertenencia y de esta manera propiciar una imagen corporativa, que permita el posicionamiento y proyección empresarial.

Como se puede apreciar, las investigaciones referenciadas están estrechamente relacionadas con el

estudio en proceso, puesto que la problemática enmarcada dentro del desafío que enfrentan hoy día las empresas u organizaciones para desarrollar en los empleados el sentido de pertenencia, además de estar abordadas desde una metodología fenomenológica, interpretativa e intersubjetiva.

El recorrido de la investigación, a través de la revisión bibliográfica, crea un basamento adecuado para la puntualizar el proceso de investigación, tomado para efectos del presente artículo como principal base teórica:

La Comunicación Efectiva como Herramienta Gerencial para la Filiación Organizacional.

Puede considerarse que el gerente empresarial debe apropiarse de herramientas comunicacionales que le permita establecer una comunicación asertiva con sus trabajadores a fin de interactuar positivamente; por cuanto Sanchís (2009), considera que la comunicación efectiva debe tener en cuenta que el transmisor debe establecer credibilidad, debe conocer el tema,

conocer a quién y cómo se debe emitir el mensaje para evitar malos entendidos. Asimismo el mensaje debe mostrar componentes intelectuales (lenguaje que nos ayude entender y razonar) y componentes emocionales (las emociones y sentimientos explican nuestro sentir sobre el mensaje); y el receptor debe escuchar y entender el mensaje para responder efectivamente a la situación.

En el campo empresarial, no todos los gerentes resultan ser excelentes comunicadores y tampoco seguidores de los procesos aquí establecidos, pero con ciertos puntos claves y con el interés que se le imprima a las situaciones de comunicación se puede realizar estos procesos efectivamente. Pues se espera que el gerente sea una persona con verdadero arte a la hora de comunicarse, es decir, con habilidades y destrezas para comunicarse de manera extraordinaria, para influir en el docente que lo escucha, por cuanto debe desarrollar ese talento para

poder comunicarse de manera efectiva.

Según Martínez (2006), el arte de la comunicación “se aprende si queremos aprender y si aprendemos a aprender”. (p.78). esta perspectiva permite considerar, que le proceso de comunicación debe sentar su base en ciertos aspectos que parte desde el inicio de la conversación, por cuanto todo comienza con el respeto que merece el trabajador cuando intenta comunicarse con el jefe, pues debe hacerle sentir que es importante su intervención, ya que éste espera respeto por su punto de vista.

Autores como Ribeiro (2006), consideran que “si el gerente pretende tener una comunicación efectiva debe aprender a escuchar, siendo la clave más importante”. (p.89), de acuerdo con esta aseveración se entiende que la comunicación como un medio genera confianza, efectividad, respeto y bienestar, de esta manera para facilitar y potenciar el proceso de comunicación personal empresarial, grupal y en este caso educacional utiliza el marco contextual y las distinciones, centrándose

fundamentalmente en el proceso particular de la comunicación y en las particularidades de cada uno de los participantes.

De esa manera se considera que el gerente necesita crear una comunicación asertiva y a su vez efectiva, desarrollando sus habilidades comunicacionales y los bloqueos que ella misma pueda acarrear; lo que permite ver que las comunicaciones sostenidas entre el trabajador y el empleador determinan las relaciones en el espacio laboral, es decir, lo que hablan y la forma de cómo lo interpretan al escuchar, determinan el mundo de acciones posible.

METODOLOGÍA

El hombre forma parte de la sociedad sobre la que actúa, lo que implica un dinamismo y un cambio continuo en la misma, por cuanto los individuos normalmente están influidos por las circunstancias de las sociedades a las que pertenecen y algunas veces es difícil ser objetivo y liberarse de los juicios de valor. En

atención a lo expuesto, esta investigación se sustentó en la metodología cualitativa, con abordaje de la investigación social, bajo el método fenomenológico hermenéutico, que permite estudiar la vida laboral cotidiana de los sujetos participantes mediante la interpretación de sus discursos.

Husserl citado en Martínez (2011), señala a la fenomenología como “un método que permite describir el sentido de algo, viéndolo como fenómenos (neomáticos) de conciencia” (p.155); o sea, la fenomenología penetra en el mundo personal de los sujetos y trata de buscar la objetividad en los significados sustentando como criterio de evidencia en concordancia con la intersubjetividad.

En el mismo orden de ideas Martínez (ob. cit.), señala que la hermenéutica “es el conocimiento y arte de la interpretación sobre todo de textos, para determinar el significado exacto de las palabras mediante las cuales se ha expresado un pensamiento.” (p. 115); de allí que refiere una búsqueda de la

comprensión del fluir de las cosas a través de formas narrativas, por cuanto en la presente investigación consta de seis (6) fases a saber: 1) descripción del fenómeno desde la experiencia. 2) búsqueda de múltiples perspectivas. 3) búsqueda de la esencia y la estructura. 4) constitución de la significación. 5) suspensión de juicios. 6) interpretación del fenómeno.

En atención a lo antes señalado, la selección de las informantes clave, se hizo de acuerdo a los siguientes criterios: un (1) encargado de compras, con dos años y medio laborando en el restaurante. Una (1) administradora con cuatro años de servicio; una (1) asistente de cocina con tres (3) años encargada de la preparación de los menús. No obstante, para la recolección de la información se empleó la entrevista focalizada, donde se requirió de encuentros cara a cara con los actores seleccionados Este tipo de entrevista supone un aprendizaje mutuo en el que hay un conocimiento bidireccional de creencias, cultura, sociedad, desde la forma más espontánea del participante, donde se generó una

comunicación sobre la percepción que tienen los empleados sobre el sentido de pertenencia desarrollado en Platinum para el proceso de interpretación de la información que le han suministrada.

Una vez logradas las entrevistas, para analizar la información, se procedió a utilizar la categorización y triangulación, como técnica de análisis de la información, apoyándose en la información textual obtenida del discurso de los informantes clave del estudio, es decir los tres (3) sujetos seleccionados según los criterios previamente establecidos, para analizar la información

Hallazgos.

El proceso de análisis e interpretación de de la información suministrada por los informantes clave entrevistados, permitió generar una postura interpretativa de los hechos, asumiendo como resultado teórico, la percepción de un proceso de deterioro de la filiación de los empleados con sus espacios laborales, como resultado se determinó que en el contexto actual, la cultura laboral del trabajador ha experimentado cambios

significativos, determinados por su forma de pensar sobre el trabajo, ya que su día a día está marcado por una sensible preocupación debido a los cambios socio políticos del país y el estilo de vida impuesto por las transformaciones económicas, que los condiciona para que adhieran sus intereses laborales a las necesidades personales.

Partiendo de allí, puede considerarse que estos ofrecen la prestación de sus servicios a cambio de dinero, es decir, como un intercambio mercantil necesario que les garantice la supervivencia, disminuyendo el interés propio por crecer como profesionales y brindar lo mejor de sí en su jornada laboral, decreciendo su sentido de pertenencia y ausentándose como valor agregado y beneficio diferencial de la empresa.

Según lo señalado por estos empleados, se observa que algunos se sienten realmente identificado con la empresa, manifestando siempre su lealtad incondicional, sin embargo otros no demuestran interés, atracción o repulsión hacia los proyecto o planes que desarrolle la misma, es

decir carecen de motivación y por ende sólo presta atención a su bienestar propio y por último se observó la presencia del trabajador disidente, que no es más que aquel empleado autoritario, que quiere imponer su opinión o punto de vista ante los demás, no acepta críticas ni consejo y sólo quiere hacer valer su criterio.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez finalizada la investigación, se concluye que el proceso de desvanecimiento del sentido de pertenencia del empleado hacia su espacio laboral, se debe a la carencia de diseño de estrategias para implementar la comunicación interpersonal como herramienta interna, que le permiten al trabajador percibir que la empresa se preocupa por lo que sienten frente a su labor, al lograr que sean productivos y comprometidos, atendiendo a sus necesidades, mediante la oportunidad de utilizar sus fortalezas en el trabajo, dando valor a su desempeño laboral,

al considerar la importancia de su dedicación como muestra hedónica percibida entre gerente y empleado.

Los hallazgos de la investigación, le permitieron al investigador recomendar el diseño de estrategias de interacción comunicativa, como base para las relaciones interpersonales entre la gerencia y los trabajadores; además de considerar el sentido de pertenencia como un proceso socioemocional asociado a los elementos del entorno laboral de los empleados y la necesidad de formular tácticas para mantener la motivación, productividad, eficiencia laboral y sobre todo la filiación con la cultura corporativa de la empresa, constituida por el conjunto de normas, hábitos, creencias y costumbres que van a definir el comportamiento de los empleados, dentro de su espacio laboral y que atiende a un conjunto de valores colectivos para satisfacer las necesidades grupales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Arenas, K. (2013). **Valores Organizacionales Emergentes en una Venezuela con Cambios de Idiosincrasia Laboral.** Trabajo de Grado no Publicado. Universidad Central de Venezuela. Caracas. Venezuela.
- Bermúdez, W. (2014). **Construcción del Clima Organizacional Asertivo Mediante el Desarrollo del Sentido de Pertenencia Organizacional.** Trabajo de Grado no Publicado. Universitat Pompeu Fabra. Barcelona. España.
- Contreras, Y. (2011). **El Proceso de Investigación: de la Concepción a la Realización.** México. Editorial McGraw Hill Interamericana.
- González, C. (2013). **Estilos de Comunicación Gerencial en la Reputación Interna Vs Prestigio Externo del Sentido de Pertenencia Laboral.** Trabajo de Grado no Publicado. Universidad de Los Andes. Mérida. Venezuela.
- Lozada, H. (2014). **La Dimensión del Trabajo Bajo la Óptica de los Nuevos Profesionales.** Ediciones Franluz. España.
- Martínez (2006). **Hablar no es Comunicar: La Radiografía de la Comunicación Gerencial.** Editorial Maguirre. Buenos Aires. Argentina.
- Martínez, M. (2011). **La Investigación Cualitativa Etnográfica en Educación.** Editorial Texto. Caracas. Venezuela.
- Ribeiro, C. (2006). **La Gerencia Empresarial y el Management en la Contemporaneidad Social.** Ediciones Alondra. Barcelona. España.
- Sanchís, T. (2009). **La Comunicación Asertiva y los Estilos de Liderazgo.** Ediciones Pocaterra. Bogotá. Colombia.
- Villarroel, T. (2013). **Clima, Cultura y Evolución Socio Laboral Desde la Perspectiva de los Recursos Humanos.** Ediciones Penacho. Buenos Aires. Argentina.