



Unellez

24303

BA2021000018



ÁREA CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES

APROXIMACIÓN TEÓRICA DEL EMPODERAMIENTO COMUNICACIONAL Y TECNOLÓGICO EN TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE

Mireya Coromoto Alcalá Rangel

Doctorante en Gerencia Avanzada (coritoalcala@hotmail.com)

Resumen

El presente artículo está dirigido a generar una aproximación teórica del empoderamiento comunicacional y tecnológico del contexto socio-empresarial en tiempos de incertidumbre. El fenómeno del cambio organizacional es un factor presente en las economías mundiales, razón por la cual toda organización debe ser innovadora para poder mantenerse dentro del mercado. Metodológicamente se abordó a través del enfoque fenomenológico, apoyado en el paradigma postpositivista bajo el método hermenéutico. Del análisis efectuado a través de los procedimientos propios de la investigación cualitativa, se presentan los siguientes resultados y conclusiones: Después de efectuado el proceso de codificación, estructuración, triangulación, y analizada las respuestas emitidas por los informantes clave, se pasó a realizar el proceso de teorización, que surgió mediante la contrastación de las posturas teóricas emitidas por otros autores y la configuración teórica realizada por la autora, para dar origen a la generación de una aproximación teórica de la realidad. De allí, se deriva el hecho de otorgar el aporte relacionado a la cromatización de unidades temáticas en dos (2) categorías principales, empoderamiento comunicacional e incertidumbre, cuyo grado de valor se vincula con el propósito de develar la perspectiva de los actores sociales con respecto al proceso de empoderamiento comunicacional e incertidumbre, puesto que su construcción epistémica se sustentó desde el análisis de tres (3) posturas teóricas como: Teoría de Clásica de la Administración de Fayol (1971), Teoría del Conectivismo de Siemens (2004) y Teoría de la Incertidumbre de Zadeh (1998), que dieron el fundamento teórico al presente estudio.

Palabras clave: Aproximación teórica, empoderamiento tecnológico y comunicacional, incertidumbre

REVISTA TRANSDISCIPLINARIA DEL SABER
(ISSN-L): 2959-4308
Volumen N° 5 Abril 2023
transdisciplinariadelsaber@gmail.com

LivRe
Revistas de livre acesso

latindex





THEORETICAL APPROACH TO COMMUNICATION AND TECHNOLOGICAL EMPOWERMENT: IN TIMES OF UNCERTAINTY

Abstract

This article is aimed at generating a theoretical approach to the communicational and technological empowerment of the socio-business context in times of uncertainty. The phenomenon of organizational change is a factor present in world economies, which is why every organization must be innovative in order to stay within the market. Methodologically it was approached through the phenomenological approach, supported by the postpositivist paradigm under the hermeneutic method. From the analysis carried out through the procedures of qualitative research, the following results and conclusions are presented: After carrying out the process of coding, structuring, triangulation, and analyzing the responses issued by the key informants, the process was carried out of theorization, which arose through the contrasting of the theoretical positions issued by other authors and the theoretical configuration carried out by the author, to give rise to the generation of a theoretical approximation of reality. From there, the fact of granting the contribution related to the chromatization of thematic units in two (2) main categories, communicational empowerment and uncertainty, whose degree of value is linked to the purpose of revealing the perspective of the social actors regarding to the process of communicational empowerment and uncertainty, since its epistemic construction was supported by the analysis of three (3) theoretical positions such as: Fayol's Classic Theory of Administration (1971), Siemens' Theory of Connectivism (2004) and Theory of Zadeh's Uncertainty (1998), which gave the theoretical foundation to this study.

Keywords: Theoretical approach, technological and communicational empowerment, uncertainty

Introducción

Ante los cambios constantes del orden económico mundial, emergentes de la globalización en los mercados durante el siglo XX y en la primera década del XXI, surge la necesidad de una forma de organización más completa, integral y competitiva, sustentada en un modelo integral inteligente, para construir mayor competitividad y dinamismo, para que aguas abajo, el empresariado moderno participe en un mercado de exigencia y clase mundial.





En este orden, la competitividad se ha considerado un fenómeno macroeconómico con uso recursos, relacionado con la existencia de un tipo de cambio, una tasa de interés baja, disponibilidad de mano de obra a bajo costo y una política industrial estratégica, entre otros elementos.

No obstante, se ha reconocido que la reforma macroeconómica y la disponibilidad de recursos tecnológicos, es condición necesaria y suficiente para hacer a una empresa competitiva, por cuanto tienen igual o mayor importancia los fundamentos microeconómicos representados en el refinamiento de estrategias organizacionales, disponibilidad de recursos en las áreas de educación, infraestructura, finanzas, tecnología y salud; así como políticas relacionadas con el entorno en el cual se desempeña. Por otra parte se aprecia que hombres y mujeres empleadores y gerentes de grandes empresas, deben ser un excelente líder que motive a la actualización constante de la organización.

Lo anterior implica no solo dominar las técnicas presupuestarias, diseñar un sistema de rendición de cuentas, establecer procedimientos claros de gobernabilidad, y definir el modelo financiero inteligente sobre el cual descansa una compañía; sino también ofrecer una dirección y motivación a su personal; con el propósito de convertir las fortalezas de la organización en ventajas competitivas, desde esta perspectiva: “Hoy la información se ha hecho transnacional tanto como el dinero”. (Drucker, 2014:56). Esta afirmación resume de manera sencilla la complejidad social que se produce cuando no hay fronteras para conocer las realidades de otras latitudes, y más impactante aún realidades culturales ajenas.

Sin embargo, estas han comenzado a tener significativas influencias sobre las vidas particulares de otras naciones, lejanas en las distancias geográficas pero cercanas tecnológicamente. En virtud a ello, las organizaciones no escapan a la complejidad social vivida hoy, aun cuando los directivos, gerentes y trabajadores no estén conscientes de tal realidad, el éxito empresarial está en convertir los planes en acción, por lo tanto las relaciones





comunicacionales entre el conjunto de personas debe ser armónico para estar alineados con esa visión, con ese rumbo declarado en la intensiones estratégicas, porque se perciben acciones dialógicas, donde se contrasta la necesidad tecnológica, con escasos de personal actualizado.

En este orden, cabe señalar que las competencias gerenciales “son un conjunto de conocimientos, destrezas, comportamientos y actitudes que necesita una persona para ser eficiente en una amplia gama de labores gerenciales, en diversas organizaciones” (Chiavenato, 2009:43). En otras palabras, son características individuales susceptibles de ser medidas, las cuales diferencian a los ocupantes de cargos gerenciales con un desempeño excelente, de aquellos que se desempeñan adecuadamente, por lo que manejar la hipercomplejidad con éxito, requiere de ciertas competencias por parte del gerente, que demuestran ciertos elementos de complejidad.

Uno de estos elementos, es la recursividad, al procesar información constante o moverse en red, sincrónica o diacrónicamente; capacidad hologramática, para encontrar los elementos semejantes o sintetizadores en realidades diferentes; el diálogo para poder formar equipos eficientes; la habilidad para poder crear climas emocionales positivos o, en todo caso, impedir ser afectado por los cimias negativos de otros; así como el correcto diagnóstico de los escenarios; por lo que desde esta dirección, se encuentra relevante resaltar, que las ventajas competitivas no pueden comprenderse viendo a un país, un sector o a una empresa como un todo, porque radica en actividades subyacentes que desempeñan otras áreas. Estas actividades subyacentes se identifican en la organización mediante el diseño, producción, mercadotecnia, logística y apoyo de sus productos o servicios. De allí, que se puede puntualizar lo siguiente:



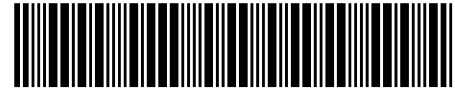


Cada una de estas actividades puede contribuir a la posición de costo relativo de las organizaciones, así como a crear una base para la diferenciación, por lo que existen empresas competitivas, capaces de ofrecer continuamente productos y servicios con atributos demandados por sus clientes, por lo que este conjunto de características distintivas de una empresa de sus competidores se denomina ventaja competitiva, porque lo único seguro acerca de éstas, es su dinamismo; debiendo invertir en mantenerlas. (Moreira, 2021:82)

En este sentido, las actividades llevadas a cabo al competir en un sector en particular son agrupadas por categorías, en lo que denomina “Cadena de Valor” (Porter, 2018:78), la misma es esencialmente una forma de análisis de la gestión empresarial mediante la cual se descompone una empresa en sus partes constitutivas, buscando identificar fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades generadoras de valor. Esa ventaja competitiva, se logra cuando la empresa desarrolla e integra las actividades de su cadena de valor de forma menos costosa y mejor diferenciada que sus rivales. Para el autor antes citado, las actividades en una cadena de valor pueden dividirse en grandes rasgos, en dos (2) grupos.

Estos dos (2) grupos están referidos a la producción, comercialización, entrega y servicio posventa, dentro de un plano cotidiano como actividades primarias, las segundas, se relacionan con recursos humanos, tecnología, funciones generales de infraestructura e insumos; que resultan fundamentales para el apoyo de otras denominadas actividades de soporte, de ahí que la realidad mundial que exige la generación y mantenimiento de ventajas competitivas por parte de las organizaciones no escapan los sectores empresariales de Venezuela, donde surge la necesidad apremiante de un cambio gerencial, el cual se considera fundamental para el abordaje de la obsolescencia programada tecnológica. En este orden, cabe señalar que:





La deficiente calidad de servicio en general, la difícil situación financiera, la débil capacidad gerencial, la carencia de información, la comunicación extra e intersectorial, la aprehensión de los mercados, entre otros aspectos necesarios para la competitividad y el desarrollo económico e industrial de la región así como del país” (Valbuena, 2001:90).

De esta forma, en la era del conocimiento y la información la adaptabilidad empresarial y competencias gerenciales se enfrentan a nuevos retos y desafíos que implica la adopción de modelos cónsonos con la velocidad de respuesta que exige el cambio vertiginoso basado en los conceptos de la inteligencia y aprendizaje organizacional que requieren muchas organizaciones.

Por ello, al hablar de organización inteligente, se debe involucrar de forma armoniosa el empoderamiento de forma eficiente en la gerencia, ya que se requiere de un esfuerzo planificado para enmarcar su área de tecnología dentro del propósito de aprender a desarrollar principios y potencial colectivo para estructurar una organización inteligente, llena de oportunidades que se desarrollen de manera propia y sostenible en el tiempo, donde la incertidumbre no cobres sus consecuencias, y el proceso de comunicación en el contexto social empresarial sea efectivo, de ahí que en la actualidad, presione a ser en tiempo real, denominándolo sincrónico, pudiendo ser asincrónico, cuando permanece para su posterior lectura.

En este contexto, la incertidumbre es “lo opuesto a certeza”, (Bracho y Ureña, 2017:67). El concepto está asociado a confusión y a desconfianza, de tal manera que las empresas e instituciones, públicas o privadas, siempre estarán gerenciando bajo dosis de incertidumbre, nada ocurre en los extremos de todo certeza o todo incertidumbre, por lo que un gerente profesional estará capacitado para gerenciar bajo incertidumbre, pues el ambiente global competitivo siempre lo forzaría, puede convertirse en un dinamizador, que busque alternativas y vea situaciones en forma novedosa, cuando los grados de incertidumbre son altos y las situaciones de excepción son frecuentes, la





gerencia tiende a apartarse de las técnicas usuales.

En este orden, algunas de ellas ya no ofrecen respuestas adecuadas, lo cual puede orientarse a la pérdida del control. En ese punto la incertidumbre deja de ser un estímulo y se convierte en un problema, afectando la toma de decisiones. En la toma de decisiones debe haber sentido común e intuición. Para enfrentar la incertidumbre hay que segmentarla en fuentes y factores externos e internos de una empresa. Hay que identificar la lista de eventos que pueden afectar el desempeño, visionando de forma adecuada los cambios que deben ser realizados de forma inmediata, por lo que se resalta que la única respuesta a niveles altos de incertidumbre, está dada por la capacidad de reducirla a través de la planificación y gerencia estratégica.

De tal manera, puede exponerse que contar con una visión sólida da un claro sentido de dirección y permite que la empresa sepa dónde está ubicada, lo cual permite mencionar, en consideración a ello, que en Venezuela no hay empresa u organización que sea inmune a los recientes cambios. Cuando la incertidumbre es mayor que lo usual, se puede decir que se encuentra en situación de excepción. Sin embargo, cuando esa situación dura largo tiempo, puede ocasionarse una crisis, y si esta se alarga, hay un abanico amplio de opciones para enfrentarla; por lo que desde estas aristas, Venezuela requiere de una gran transformación en sus sectores económicos empresariales, donde la comunicación efectiva debe prevalecer.

Por lo antes expuesto, surge la inquietud de abordar el presente artículo científico a los fines de generar una aproximación teórica del empoderamiento comunicacional y tecnológico del contexto socio-empresarial en tiempos de incertidumbre. Ello en virtud, de abordar una serie de epistemes y posturas teóricas que permitan generar el abordaje de los constructos principales que dan lugar a la temática en cuestión debido a que la praxis de la autora, se orienta a esa dirección a fin de ofrecer una solución teórica, al problema planteado. De allí, que la intención del estudio conlleva a ofrecer elementos teóricos referidos a la utilización de los elementos comunicacionales y





tecnológicos con el fin que el contexto empresarial conozca los beneficios y puedan aumentar su productividad, ya que podrían controlar mejor sus procesos y reducir el tiempo en la ejecución de los mismos, lo cual además aumenta su competitividad dentro del mercado.

Perspectiva Teórica

Empoderamiento Comunicacional

Desde el nivel etimológico, el empoderamiento comunicacional alude a permitir, capacitar, autorizar, o dar poder sobre algo o alguien o para hacer algo, el Diccionario de Oxford (1970) “lo consideraba como delegación de poder; ahora su definición considera empoderar como “to enable”: permitir a uno hacer algo, o capacitar a uno a hacer algo” (Urquiza, 2009:89). En el ámbito organizacional y como herramienta estratégica para la gestión del talento humano, el empoderamiento significa crear un ambiente en el cual los empleados de todos los niveles sientan que ellos tienen una real influencia sobre los estándares de calidad, servicio, y eficiencia del negocio dentro de sus áreas de responsabilidad.

El empoderamiento comunicacional en la gestión del talento humano genera beneficios como: “aumentar la confianza de los integrantes de la empresa, aumentar la responsabilidad, autoridad y compromiso en la satisfacción del cliente, aumentar la creatividad, los integrantes de la empresa comparten el liderazgo y las tareas administrativas” (Suárez, 2017:67), los empleados tienen facultad para evaluar y mejorar la calidad del desempeño y el proceso de información, se proporcionan ideas para la estrategia del negocio, se mejora la confianza en las comunicaciones y las relaciones, e incrementa el entusiasmo y una actitud positiva. Por lo tanto, se estima que las realidades operativas y comunicacionales emergen de forma paralela.

En la actualidad, las necesidades empresariales al ser destacadas, se tornan más exigentes, por tal motivo deben entrar en esquemas de poder compartido, donde todo el personal debe ser capaz de generar soluciones y





con personas que logren trabajar con equilibrio entre autoridad, decisión y poder, pueden transferir a sus equipos de trabajo estas habilidades. Por consiguiente, es necesario señalar que:

Bajo estos esquemas de competitividad podemos lograr que el personal sea facultado o aprenda a delegar dependiendo las necesidades de la misma. Una de las herramientas más eficaces para desarrollar un equipo humano, liberar tiempo para tareas indelegables y mejorar el desempeño general está en la delegación. (Murillo, 2006:78)

Si esta se aplica de manera técnica y va acompañada del empoderamiento comunicacional necesario, cambia la tendencia de los resultados de cualquier líder de área, proceso u organización, al hablar de Empowerment se alude a delegar poder desde arriba hacia abajo, se trata de delegar autoridad, responsabilidad a los trabajadores, de forma que estos se sientan autónomos, responsables de su trabajo, y en los resultados que producen. Esto, favorece que las personas incrementen su satisfacción y motivación por el trabajo, a la vez que aumenta su responsabilidad y compromiso, mejoran su creatividad, comunicación, adaptación al cambio, e incrementan su entusiasmo y actitud positiva a la hora de desarrollar sus funciones.

Incertidumbre

Existen diversos modos de definir la incertidumbre. Uno de ellos se define “como el conjunto de realidades que tienden a expulsar a la persona del área de confort, al no responder a las rutinas organizacionales o individuales” (Drucker, 2014:333), de este modo la incertidumbre posee la capacidad de hacer sentir desconcierto y desánimo, esto se refleja recurrentemente en los precios del mercado, como coordenadas en las que el individuo se encuentra habituados a decidir, al provocar desasosiego, porque hasta lo que hasta hace un momento se hizo, quizá no sirve. De esta manera, “incertidumbre se plantea compleja, porque difiere de la información necesaria y la información disponible en la toma de decisiones” (Lozano, 2019:78), por lo tanto, es posible entenderla





como la situación en la que se conocen los resultados posibles a los que llegar, pero no las probabilidades de que se materialicen cada uno de ellos.

De acuerdo con lo expuesto se tiene que para que la organización enfrente exitosamente la complejidad del entorno cambiante debe incrementar su propia complejidad, en su estructura (orden) o función y tratamiento informativo o comportamiento, y desde estos parámetros, el modelo de gestión estratégica exhorta una gestión de incertidumbre para generar organizaciones flexibles y competentes; desde razonamiento, gestionar la incertidumbre se torna cuestión clave en su destino, de ahí que se torne paradójico. De toda estrategia corporativa, porque debe atender la coyuntura, manejar fluidamente los imprevistos del entorno y paralelamente posibilite construir la imagen corporativa, visión y objetivos.

Comunicación y Gestión Tecnológica

La comunicación es fundamental para la eficiencia gerencial. Todo gerente debe comprender bien sus habilidades de comunicación y entender los retos que esta implica. Pero la comunicación efectiva no es asunto fácil. Tendemos a pensar que no se requiere de habilidades o de experiencia para comunicarnos después de todo, todos nos comunicamos de alguna forma u otra. Por otro lado, es necesario resaltar que: “surgen constantemente nuevas perspectivas en la comunicación, que no terminan de entenderse completamente” (Murdick y Munson, 2018:27). Es por ello que los sistemas de comunicación a menudo fallan, a veces con consecuencias desastrosas

En este orden, existen seis (6) retos fundamentales que enfrentan los gerentes en relación a la comunicación: información, canales, retroalimentación, cambio, comunicación entre departamentos e innovación. De allí, que se plantea que: “No sólo analiza las necesidades de comunicarse estratégicamente en cada una de ellas, sino que pone mucho énfasis en la implantación exitosa”. (Cornella, 2009:13) No obstante, lo amplio que puede ser el panorama de oportunidades de la tecnología de información para mantener y aumentar la competitividad de las organizaciones, debe tenerse presente el





adecuado manejo de la información, como cualquier otro recurso financiero, humano, entre otros. Por lo tanto, la gestión tecnológica es fundamental como herramienta para planificar el uso de la información en la organización y definir su relación con las áreas funcionales como mercadeo, producción, finanzas y recursos humanos.

Contexto Socio-Empresarial

A lo largo de la historia la humanidad ha brindado a distintos estudiosos y científicos que aún sin contar en su momento con la certeza de diseñar y crear teorías de aporte al funcionamiento y coordinación de los procedimientos en las organizaciones, produjeron paulatinamente bases de comprensión y entendimiento del contexto socio-empresarial desde perspectivas y ópticas variadas. Tal es el caso de Taylor, Fayol, Mayo, entre otros, quienes con sus experimentos y trabajos de campo dentro de las sociedades y organizaciones industriales crearon principios y argumentos teóricos respecto a cómo la sociedad de una empresa, se viabiliza y dinamiza para producir mejoras que demanda el usuario.

En la actualidad el uso creciente de la información y el conocimiento para innovar se convierten en el elemento de supervivencia de las organizaciones, por esto se llega a considerar al conocimiento como uno de los factores de la producción, que debe aprovechar la gerencia para convertirse en agente ensamblador de información de distintas fuentes que le permita tomar las decisiones más adecuadas con el convencimiento de poder realizar grandes logros, donde los conceptos, ideas, e imágenes (no las cosas) son los auténticos artículos con valor.

En este orden, desde el contexto socio empresarial, la gerencia o dirección empresarial, explicada en los siguientes términos: "...es también una cultura, un sistema de valores y de principios" (Drucker, 2014:14). Los conflictos éticos en determinada empresa u organización según: "suelen aparecer cuando los miembros que han de tomar las decisiones empresariales se encuentran bajo la imposibilidad de elegir acciones que satisfagan, al mismo





tiempo, tanto sus criterios de racionalidad económica como sus criterios éticos” (Arévalo y Quiroga, 2020:57) de este modo, si se pretende la obtención de ganancias inmediatas, muy probablemente bajo estas circunstancias los valores éticos serán un obstáculo para conseguirlo.

Con ello, se debe entender por principio, que en la búsqueda por maximizar lo económico no es una simple cuestión de corto plazo, sino de largo plazo. Las crisis actuales no son sólo producto de problemas de orden económico, han sido más bien, el resultado de una profunda crisis en los valores de las personas que controlan a todo nivel los diferentes aspectos de la vida socioeconómica a escala mundial, por lo tanto, es precisamente la ética, respecto de las organizaciones, quien pretende establecer un fin social.

En este plano, explican que un fin social se compone de dos (2) tipos de bienes: los internos, especifican la actividad de la organización propiamente dicha (es decir, la satisfacción de necesidades básicas) y los externos, son los comunes a todas las organizaciones como el prestigio, reconocimiento, el dinero y el poder. Es en esta instancia cuando se origina un vínculo con la ética, se afirma que la ética empresarial comprende un aspecto moral y cultural, por lo que demanda: “una conciencia colectiva del saber, el querer y hacer lo correcto dentro de un contexto organizativo, tomando en cuenta alternativas que integren todas las dimensiones, implícitas la calidad humana y social, visionando la influencia del poder empresarial sobre éstas” (Lozano, 2019:47) ya que los dirigentes proactivos se anticipan a las demandas de la sociedad, realizando pronósticos que permitan ofrecerles calidad, bienestar y confianza.

Metodología

En el presente estudio la autora se apeg a al paradigma postpositivista, el cual ha sido diferenciado del positivista, al considerar que en la ciencia social se produce más dinamización que en el mundo físico, por lo que su característica distintiva se ubica en contener valores, implicando que el sistema a observar, se estudie desde una perspectiva ideal de funcionar sustentada en





valores sociales. De allí, que se considera el postpositivismo como:

Una versión modificada del paradigma positivista. La diferencia con el positivismo radica en que en el post-positivismo la realidad existe pero no puede ser completamente aprehendida. Lo real se lo entiende desde las leyes exactas, sin embargo, ésta únicamente puede ser entendida de forma incompleta. Una de las razones para no poder lograr una comprensión total y absoluta de la realidad se basa en la imperfección de los mecanismos intelectuales y perceptivos del ser humano, lo que lo limita para poder dominar todas las variables que pueden estar presentes en un fenómeno. (Flores, 2004:11)

A través de este paradigma, la investigadora puede formar parte del fenómeno de interés, el objeto de estudio influencia a la investigadora y viceversa, la teoría o hipótesis que sustenta la investigación influye en el desarrollo de la misma, el investigador debe estar consciente de que sus valores o tendencias pueden influir en su investigación. De allí, que dadas estas vías explicativas, se busca coordinar de forma coherente precisar una aproximación teórica del contexto socio-empresarial en tiempos de incertidumbre, de esta forma, el componente que se añade al camino a transitar por la investigadora, lo cual circunscribe los procedimientos metodológicos mediante los cuales, se concretan condiciones de objetividad y validez, aplicando estrategias tecno operacionales apropiadas para recopilar, presentar y analizar los datos.

Ahora bien, en cuanto al enfoque epistémico, es el camino que utiliza la investigadora para abordar el tema de estudio, por lo tanto, la investigadora se acerca a la fenomenología trascendente de Husserl, “es la ciencia que trata de descubrir las estructuras esenciales de la conciencia, y se caracteriza por ir en búsqueda de experiencias originarias y exponerlas en su contexto (Husserl, 1992:35). Este aspecto involucra considerar por una parte, un mundo exterior que le da sentido al fenómeno; y por otra parte un mundo interior que explica cómo es percibida la experiencia integrada como un todo y desde la matiz del que la vive.





De tal forma que a través de esta vereda, se puede identificar sus características, al develar la visión de los actores sociales respecto a la actualización herramientas tecnológicas en el contexto socio-empresarial en su área laboral, a fin de comprender la perspectiva de los actores sociales con respecto al proceso de empoderamiento gerencial y poder interpretar la postura de los actores sociales respecto a la incertidumbre como un factor de la calidad gerencial al percatarse de los multiversos niveles de realidad, que permiten comprender la dialogicidad, la recursividad organizacional y el proceso de hologramación del empoderamiento comunicacional y tecnológico como una aproximación teórica del contexto socio-empresarial en tiempos de incertidumbre.

En este devenir, el estudio se aborda a través del método hermenéutico de Dilthey, donde se describe e interpretan las estructuras fundamentales de la experiencia vivida, al estructurar un acercamiento coherente y estricto sobre el análisis de las dimensiones éticas, relacionales y prácticas de la cotidianidad de tal forma que se centra en el fenómeno, tal como se muestra en la conciencia individual, destacando “la significación que da este método al mundo vivido” (Martínez, 2010:168) como trasfondo que sustenta su comportamiento, de manera que el término “hermenéutica” proviene del verbo griego hermeneuin que viene a ser “interpretar”; el padre de la hermenéutica filosófica es Gadamer, quien pretendía integrar el avance de la ciencia y del pensamiento por medio del lenguaje.

Análisis y resultados

Para efectuar el análisis e interpretación de los resultados se hace un encuentro con la realidad estudiada desde la perspectiva de los constructos teóricos abordados y de los datos aportados en el guión de entrevista como instrumento utilizado. Da respuesta al sistema de propósitos específicos de la investigación, como paso previo la construcción de una aproximación teórica del empoderamiento comunicacional y tecnológico en el contexto socio-empresarial en tiempos de incertidumbre. Todo lo obtenido a través del





mencionado instrumento fue analizado y sometido a un proceso de categorización, el cual, según consiste en “resumir o sintetizar en una idea (palabra o expresión) un conjunto de datos o información escrita, grabada o filmada para su fácil manejo posterior” (Martínez, 2010:233).

Es decir, los datos obtenidos por la investigadora son resumidos en función de los constructos teóricos, a su vez con los aportes teóricos y el análisis interpretativo de la autora, a la luz de los conceptos y posturas ontológico-epistemológicos. A continuación, se detalla en la siguiente figura:



Figura 1. Categorización de los elementos teóricos

Fuente: Alcalá (2023)

Posteriormente, es necesario realizar la codificación, estructuración y triangulación, en base a la elaboración de matrices, que siguen las fases del método hermenéutico, de manera que se elaboren tablas o matrices de codificación por interrogante e informante, se proceden con la estructuración en base a imágenes y se triangula la información con los elementos contentivos en el marco teórico referencial, de manera que se produzcan los hallazgos de



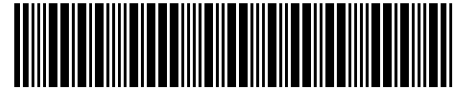
forma complementaria desde una síntesis que describa todos los procesos realizados, para pasar seguidamente a la teorización. En tal sentido, se pasa a detallar brevemente la codificación, estructuración y triangulación donde se efectuó la construcción intersubjetiva por parte de la investigadora de un informante clave, utilizando la megacategoría organizacional, categoría: empoderamiento comunicacional y la subcategoría conocimiento:

Tabla 1. Descripción de Procesos

Sub-categoría	Descripción de las Entrevistas	Triangulación de la Información		
		Lo que aportan los autores	Informantes Claves	Construcción Intersubjetiva de la Investigadora
Conocimiento	P1. ¿Qué opinión puede dar acerca del empoderamiento comunicacional y tecnológico en el contexto socio-empresarial?	“Es el conocimiento que se tiene sobre el empoderamiento comunicacional considerado como un constructo contextual, esto significa que sus dimensiones y los contenidos del proceso no son universales sino que se adaptan estratégicamente a los diferentes contextos” (Bandura, 1977:51)	Ri1. Sumamente necesario en este mundo globalizado, hay que afianzarse en la comunicación y apoderarse de la tecnología para poder cumplir metas y objetivos.	Lo expresado por este autor, permite destacar el hecho que el empoderamiento comunicacional es apropiarse de las nuevas tecnologías a los fines de adaptarse a los constantes cambios y mejoras en el mundo organizacional.

Fuente: Alcalá (2023)

Luego de este proceso, se efectuó la teorización, que emerge una vez concretado, como bien se mencionó, los tres (3) primeros pasos, al desprenderse como metodología para el análisis efectuado de la información, puesto que va a facilitar la elaboración teórica de soluciones a través de un conjunto de categorías, subcategorías, propiedades y dimensiones relacionadas entre sí, que dan cuenta de un fenómeno determinado, mediante un proceso de descripción, comparación y conceptualización de los datos. Lo anterior significa que la teorización conduce a un proceso de análisis de datos



que van a otorgar la teoría fundamentada elaborada por la investigadora desde el momento descriptivo donde se codifica, se estructura y el momento relacional cuando se triangula con el marco referencial, que da lugar a la interpretación de distintas posturas de autores para generar una aproximación teórica del empoderamiento comunicacional y tecnológico del contexto socio-empresarial en tiempos de incertidumbre.



Figura 2. Aproximación teórica de la realidad

Fuente: Alcalá (2023)

Discusión y Conclusiones

El estudio abordado a través desde el método hermenéutico está presente en el proceso heurístico ante los informantes clave, pues aplica entre otras, la técnica primordial para efectuar la hermeneusis de la observación participante, aunado a la entrevista semiestructurada que se aplica a profundidad a los actores, mediante un diálogo informal denominado rompe hielo, en un espacio cómodo para el informante, sin ejercer presión sobre sus respuestas y permitirle explicarse de forma abierta y diáfana, en tal sentido se selecciona un objeto de estudio o individuo, se transcriben las respuestas



obtenidas de la entrevista que se aplica a profundidad, se identifican las semejanzas, las diferencias, se contrastan, a través del análisis del discurso, se interpreta, se codifica según las técnicas de análisis, y se aplica a otro objeto de estudio.

Leído y analizada la información obtenida propias del método seleccionado, se pudo concluir que la sociedad está basada fundamentalmente en organizaciones y las mayores actividades se realizan en esa dirección. En la actualidad, las organizaciones se enfrentan a una incertidumbre económica, que requiere de información actualizada y oportuna, con el propósito de lograr sus objetivos y poder satisfacer con sus bienes y servicios a sus clientes y ser el soporte del bienestar del ser humano. La importancia de la información, es cada día más creciente en la gerencia de las organizaciones, y tiene dentro de sus objetivos básicos, mantenerse y perdurar en el mercado, habida cuenta que su actualización constante se adhiere a la dinamicidad de los tiempos, donde la tecnología influye para estar informado en tiempo real, lo cual influye en los costes empresariales.

En este sentido, la diferencia entre las organizaciones exitosas, respecto a las que se han mantenido estancadas y sin posibilidades de desarrollo, es sin duda alguna la comunicación. Esta comunicación que se obtiene dentro o fuera de las organizaciones, sitúa o condiciona al gerente de una organización a un real avance gerencial o empresarial. Por ello la necesidad de información debe ser compartida por todos los miembros de la organización. Por otro lado, los avances tecnológicos de la información han provocado cambios en la manera de desempeñarse los miembros de la organización, en la denominada sociedad del conocimiento, donde los recursos humanos son fundamentales para la transformación de la economía del presente siglo.

A tal efecto, la gestión tecnológica debe ser efectiva en la administración de la información y del cambio tecnológico, incluyendo las actividades que permiten a la organización hacer el mejor uso de la ciencia y la tecnología. Al final del proceso, los responsables de dicha gestión, deben preocuparse de lo





aprendido, por cuanto sirve como medio de retroalimentación para las nuevas decisiones. En la actualidad es una realidad que las organizaciones de éxito traten a su personal como una fuente fundamental de competitividad, al considerarse el factor humano como el activo más importante; de ahí la necesidad de conseguir y contar en todo momento con personal calificado, motivado y competitivo posible, lo cual es fundamental para estimular tal activo para obtener mejores resultados futuros.

De allí pues, que el poder de empoderarse del mercado competitivo desde el enfoque gerencial, provee una serie de herramientas para avanzar de forma eficiente en tiempos de incertidumbre donde los modelos comunicacionales están fundamentados en el avance de las tecnologías y en el manejo de herramientas tecnológicas para poder mantenerse en el margen competitivo actual, en este orden ideático, la orientación conllevó a generar una aproximación teórica del empoderamiento comunicacional y tecnológico del contexto socio-empresarial en tiempos de incertidumbre.

Referencias bibliográficas

- Arévalo, R. y Quiroga, A. (2020). *Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas*. Editorial de la Universidad Pontificia Bolivariana
- Bracho, K. y Ureña, Y. (2017). *Gerencia del riesgo en épocas de incertidumbre*. Revista de la URBE. En: <https://ww.ojs.urbe.edu.ve/>
- Cornella, A. (2009). *Los recursos de información*. Editorial Mc Graw Hill, Madrid.
- Chiavenato, I. (2009) *Administración de Recursos Humanos*. Editorial McGraw Hill. México.
- Drucker, P. (2014). *La Gerencia Efectiva. Tareas Efectivas y decisiones arriesgadas*. Buenos Aires: Debolsillo, 2014(Best Seller) EBook. [en línea] Disponible en: <https://www.megustaleer.com.ar/Peter-F-Drucker-La-gerencia-efectiva.pdf>
- Flores, M. (2004). *Implicaciones de los paradigmas de investigación en la práctica educativa*. Revista Digital Universitaria
- Husserl, E. (1992). *El artículo fenomenología. Invitación a la fenomenología*. Barcelona: Paidós.





- Lozano, J. (2019). *Las dificultades de aprendizaje en los centros educativos de enseñanza secundaria: programa de intervención en la fluidez y comprensión lectora*. Universidad Complutense de Madrid.
- Martínez, M. (2010) *Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa. Métodos Hermenéuticos. Métodos Fenomenológicos. Métodos Etnográficos*. Editorial Trillas. México.
- Moreira, N. (2021). *La Gestión del Marketing Interno y el Compromiso Organizacional en el Cooperativismo de Ecuador*. Universidad de Córdoba.
- Murdick, R. y Munson, J. (2018). *Sistemas de Información Administrativa*. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A., México.
- Murillo, A. (2006) *Empoderamiento organizacional y su relación con la gestión del conocimiento en docentes de las instituciones educativas de la red de aprendizaje*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos Universidad del Perú. Decana de América.
- Porter, L. (2018) *Comunicación corporativa como agente de innovación e intraemprendimiento*. Universidad de Zaragoza.
- Suárez, D. (2017), *Empowerment como estrategia gerencial para mejorar la efectividad laboral del talento humano del gobierno provincial de Manabí, Ecuador*. Artículo Científico. FIPCAEC (núm. 3) Vol. 2, Año 2. Abril-Junio 2017, pp. 64-81.
- Urquiza, A. (2009) *Creación de un Marco de Competencias para la evaluación del rendimiento de los Gestores de Sistemas de Información en las grandes organizaciones*. Editorial Mc Graw Hill, México
- Valbuena, M. (2001). *Teoría de Peter Senge y la organización educativa como sistema descentralizado*. Universidad del Zulia.

Semblanza de la autora

Mireya Coromoto Alcalá Rangel

C.I. N° 8.169.332

Magister Scientiarum en Gerencia Administrativa. Lcda. Administración. T.S.U. en Administración. Actualmente Doctorante en Gerencia Avanzada.

Correo: coritoalcala@hotmail.com

Tlf: 0414-3465718

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4729-6438>

