

## COMUNICACIÓN ASERTIVA EN EMPRESAS RECICLADORAS DE PLÁSTICO

Recibido: 07/08/2013 Aceptado: 12/08/2013

**Sánchez González, José**

Universidad de la Goajira, Colombia  
[pro.sanchez@hotmail.com](mailto:pro.sanchez@hotmail.com)

**Magdaniel Socarras, Yina**

Universidad de la Goajira, Colombia  
[gidimaso@hotmail.com](mailto:gidimaso@hotmail.com)

**Sánchez Valbuena, Iván**

Universidad de la Goajira, Colombia  
[ivansanchezv88@gmail.com](mailto:ivansanchezv88@gmail.com)

### RESUMEN

El presente artículo se fundamenta en analizar la comunicación asertiva en empresas recicladoras de plástico, en el cual se destacan los componentes y barreras que influyen en el alcance de los objetivos organizacionales. El estudio se sustentó en autores como: Van-der y Gómez (2006), Schmitz y Hipp (2007), Gómez y Corral (2009) y Davis (2003), entre otros. El mismo se enmarcó en una metodología de tipo descriptiva, analítica y documental, con un diseño no experimental transeccional. Los resultados mostraron que los miembros de las organizaciones no se basan en los derechos humanos básicos, como ser escuchado, cambiar de opinión, cometer errores, pedir lo que se desea y tener la posibilidad a responder negativamente. No se adoptan los componentes de la comunicación asertiva, limitándose a involucrar los aspectos externos o resultantes de la comunicación en la gestión de la organización y de igual manera las barreras afectan el desarrollo de la misma en las empresas recicladoras de plástico.

**Palabras clave:** Comunicación asertiva, Componentes de la comunicación, Barreras de la comunicación, Reciclaje, Residuos.

### ABSTRACT

#### ASERTIVE COMMUNICATION IN PLASTIC RECYCLING COMPANIES

This article is based on analysis of assertive communication Plastic Recyclers companies, which highlights the components, and barriers that affect the scope of organizational objectives. The study was supported by authors such as Van-der and Gómez (2006), Schmitz and Hipp (2007), Gómez and Corral (2009) and Davis (2003), among others. The same methodology was framed in descriptive, analytical and documentary, with a nonexperimental design transeccional. The results showed that members of the organizations are not based on basic human rights to be heard, change your mind, make mistakes, ask for what you want and be able to respond negatively. No components are taken assertive communication, merely involve external or consequential aspects of

communication in the management of the organization, just as the barriers affecting the development of the same in companies Plastic Recyclers.

**Keywords:** Assertive communication, Communication components, Communication barriers, Recycling, Waste.

## INTRODUCCIÓN

El mundo cambia con rapidez increíble e intensidad cada vez mayor, y aunque históricamente siempre han existido cambios, no habían tenido la magnitud de la actualidad. El fenómeno de la globalización en los negocios, el desarrollo tecnológico y el intenso movimiento en búsqueda de calidad y productividad se comprueba de manera elocuente en la mayoría de las organizaciones, de tal forma que la gran diferencia la hacen las personas que laboran en ella. Los empleados son los que mantienen y conservan el statu quo y generan la innovación para el futuro de las organizaciones.

Aunado a esta situación, hay que señalar que las personas producen, venden, atienden al cliente, toman decisiones, motivan, comunican, supervisan, administran y llevan los negocios de las empresas. En lo fundamental, al hablar de instituciones públicas o privadas es necesario nombrar a los líderes que las representan y les dan personalidad propia. Por tal motivo, el capital humano ha sido considerado como un área sensible en las organizaciones, la cual depende de la cultura existente, características internas y de una cantidad de variables importantes.

De la misma manera, en un ambiente propicio las personas pueden alcanzar sus derechos sin lesionar a los otros. Es allí cuando entra en juego el comportamiento asertivo, el cual ayuda a que los integrantes de las empresas controlen su conducta. Ahora bien, si la asertividad se utiliza adecuadamente genera un balance cuando existe conflicto, y así cada individuo logra obtener ventaja durante la interrelación. Ante ello es importante resaltar que se debe tener en cuenta que la intención no es estar por encima de las personas, sino más bien lograr satisfacción equilibrada en la resolución de diferencias existentes en un momento determinado.

El objetivo primordial de la asertividad radica en optimizar la imagen y acrecentar la efectividad de las personas, tanto en lo social como en lo profesional. Es por ello que se indica que la conducta asertiva puede mejorar la contribución que hagan las personas a las organizaciones en las que se desempeñan o a la sociedad en general.

Sin embargo, esta actuación puede lograrse si se respetan los derechos de cada individuo. En tal sentido, uno de los componentes primordiales en el desarrollo de las relaciones interpersonales es la comunicación, concebida como el proceso por el cual se transmiten ideas o símbolos, en el que se utilizan códigos específicos durante la transmisión de un mensaje y de esta manera poder llegar al discernimiento de aspectos de los integrantes del diálogo y del entorno.

Por ende, cuando en las organizaciones se implementan procesos de comunicación asertiva, los miembros no solo son receptores de los mensajes emitidos desde la alta

dirección de las mismas, pasando a su vez por los supervisores, sino que además se constituyen de forma activa en emisores, debido a que también se convierten en productores de mensajes. Igualmente se debe tener en cuenta que la comunicación debe ser vista como piedra angular en cualquier empresa.

Asimismo es importante enfatizar que la comunicación coloca a la persona como individuo y como colectivo dentro de un determinado proceso, para lo cual los integrantes de la organización encaminan sus acciones al logro de la realización de metas y objetivos y donde el conocimiento se convierte en un producto de un consenso o construcción colectiva. De allí que esta se realice de forma asertiva.

Al respecto cobra importancia la comunicación asertiva en empresas recicladoras de plástico con el fin de analizar la conducta de las personas, donde los elementos sociales e individuales se deben tener presentes para poder gerenciar. Ahora, para conservar una posición social es necesario que se tenga la capacidad y la obligación de responder como directivo, ser sociable al momento de comunicarse, mostrar una actitud habilidosa siempre que implique, crecimiento y el desarrollo de habilidades a las que generalmente se ha llamado comportamiento asertivo.

Por consiguiente, la comunicación es la forma en que se traslada información a otra persona. En las relaciones interpersonales algunos no saben expresarse en forma correcta y otros tampoco conocen las técnicas o el arte para interactuar con los demás. Para pronunciarse correctamente se debe desarrollar un buen intercambio con los otros, además de autorespetarse, asimismo se debe ser hábil para que los interlocutores se sientan valiosos, lo cual es el componente esencial en el equilibrio de las relaciones.

Vale decir que en América latina la práctica del comportamiento asertivo en la empresa moderna no puede limitarse a la tarea única de ofrecer bienes y servicios sino que debe incrementar el desarrollo de sus objetivos, en el que tanto la dirección como los otros miembros que integran las organizaciones estén convencido de la necesidad de involucrar la comunicación asertiva en el comportamiento para mejorar las interrelaciones, lo cual podría generar buen clima organizacional para la consecución de resultados que favorezcan a todos.

En este sentido, la persona que aplica la comunicación asertiva, bien porque conoce sus características y las utiliza conscientemente o porque la ha aprendido sin saberlo, maneja los componentes tal como supone la filosofía que subyace a la teoría de habilidades sociales y es capaz de expresar sentimientos, ideas, opiniones, haciéndolo de forma que defendiendo sus propios derechos se respetan de forma escrupulosa los de los otros, cuestión que facilita la expresión libremente.

Por otro lado, expresarse asertivamente es adaptado al contexto donde se desarrolla la comunicación y contribuye a facilitar la resolución de los problemas inmediatos que se han presentado durante el proceso y además permite minimizar riesgos en futuros intercambios donde aparezcan conflictos. También potencializa la confianza en la misma y ayuda a obtener respeto, atención y contribución de los demás, teniendo el sentido de la identidad, valor, integridad, basándose en el respeto.

Al respecto, Van-der y Gómez (2006) manifiestan que la comunicación asertiva es expresarse en cada ocasión de la mejor manera posible. Sin embargo, en las empresas recicladoras del plástico se observa que los directivos de las mismas tal vez no se pronuncian respetuosamente debido a que constantemente surgen conflictos con las personas que realizan el reciclaje en las calles.

Es importante destacar que una característica relevante para la utilización de comunicación asertiva consiste en que la persona consigue defender sus derechos y expresar opiniones utilizando la forma más adecuada posible los componentes conductuales, como tener un buen concepto de sí mismo, planificar los mensajes, controlar las emociones disfuncionales, evitar enfadarse, respetarse, respeto por los demás, ser directo, honesto, creíble, apropiado, positivo, saber decir y escuchar. El objetivo de esta persona no es conseguir lo que desea a cualquier precio, en muchas ocasiones es necesaria una negociación.

Asimismo los gerentes pueden mejorar sus competencias de comunicación al procurar ser más asertivos y menos agresivos o tímidos, lo cual pueden lograr con el uso de componentes no verbales, paraverbales y verbales. Igualmente se señala que los elementos paraverbales en las personas que tienen un estilo de comunicación asertivo se caracteriza porque el volumen de la voz es adecuado para mantener una conversación. Sin embargo, en las empresas recicladoras de plástico en la zona fronteriza colombo-venezolana, las personas al interactuar podrían no escuchar con facilidad, factor que puede resultarles incómodo y molesto por estridente.

De la misma forma, el lenguaje no verbal se produce de manera espontánea y no consciente y es de gran importancia en la comunicación, debido a que apoya, modifica o puede hasta sustituir al verbal. A través de él se pueden expresar actitudes, emociones y sentimientos que serían más espontáneos que las palabras, sin embargo, en las empresas recicladoras de plástico en la zona fronteriza colombo-venezolana al parecer las personas lo hacen sin ser consciente de ello, y por medio de este tipo de lenguaje se puede matizar lo expresado con palabras.

En cuanto a los componentes verbales, la persona con un estilo de comunicación asertivo utiliza en primera persona términos que expresan sus propias ideas, opiniones, emociones y sentimientos. También emplea términos que impliquen la colaboración para conseguir algo o preguntas encaminadas a la participación de los demás integrantes de la empresa, en aras de conseguir la solución de problemas. Por lo tanto, es importante definir si la comunicación asertiva que se da en las empresas recicladoras de plástico propicia la participación y colaboración que hacen parte de estas unidades.

Por otro lado, algunas veces durante la comunicación se producen pérdidas sobre el contenido original del mensaje emitido. Cabe señalar que en muchas ocasiones son insalvables y posiblemente son originadas por los pasos que se realizan o bien a lo largo de todos ellos, lo cual puede causar dificultad para una conversación propiamente respetuosa, que pueden convertirse en barreras debido al entorno, emisor y receptor.

Para Van-der y Gómez (2006) estas barreras debido al entorno son centradas en

aquellas causas físicas que pueden influir en el proceso de comunicación, las cuales se clasifican como medio ambiente, características físicas de espacio y causas debidas a la actividad de la organización. En este sentido debe observarse si en las empresas recicladoras del plástico de la zona fronteriza colombo venezolana se presentan situaciones como no prestar la debida atención al mensaje emitido o interpretan incorrectamente debido a la falta de escucha adecuada.

Asimismo, las barreras debido al emisor se refieren fundamentalmente al sujeto, que en un momento dado puede realizar este papel tanto si va a mantenerse a lo largo del proceso de comunicación o si permanecerá durante breves instantes. De igual forma, los obstáculos del receptor hacen referencia al individuo que hace esta labor, independientemente si la tarea es continua o se intercambia.

De esta manera se puede notar que los gerentes de las empresas recicladoras del plástico tal vez poseen barreras para la conducta asertiva, entre las cuales pueden estar: inadecuadas actitudes frente a los recicladores, déficit en las habilidades sociales y emocionales, escaso nivel de experiencia, baja autoafirmación, falta de confianza, miedo a la sanción social, y por último, inadecuado clima organizacional, las cuales interfieren con el buen funcionamiento de estas empresas.

De la misma forma Davis (2003) manifiesta que una persona que tiene comunicación asertiva es aquella segura de sí misma y enérgica en sus decisiones. Lo ideal es buscar el equilibrio en la comunicación con el fin de alcanzar un nivel óptimo de respetabilidad por el otro, pero lo cierto es que en la mayor parte los cargos de directivos están ocupados por personas que la practican de forma extremadamente baja o alta.

No obstante, esta clase de gerentes suelen defenderse bien en sus relaciones interpersonales, están satisfechos socialmente, tienen confianza para cambiar cuando necesiten hacerlo, son expresivos, espontáneos, seguros y pueden influenciar el comportamiento. La comunicación asertiva está dada en una sociedad institucionalizada compuesta por organizaciones, donde los representantes de las empresas recicladoras de plástico para poder ejercer tanto las funciones como los roles propios del cargo deben poseer ciertas características especiales del discurso que les conviene dominar para ser exitosos.

En este mismo orden de ideas se puede realizar un acercamiento de lo que es la comunicación asertiva en las empresas recicladoras de plástico en el sector industrial de la zona fronteriza colombo-venezolana. De allí que los términos, como recogida, recuperación, reutilización, responden a diversas actividades que pueden llevarse a cabo sobre los diferentes flujos de residuos para aprovechar nuevamente el material.

Según Castells (2000), el reciclaje es el proceso mediante el cual productos de desecho son nuevamente utilizados o convertidos en otros artículos. La actividad del reciclaje en los llamados rellenos sanitarios se desarrolla durante las 24 horas del día en precarias condiciones de trabajo y donde se necesita escasa experiencia para identificar la suciedad. Habitualmente este contexto conlleva a que las personas que realizan este trabajo posean un nivel de educación bajo, debido a que muy pocos saben leer y escribir,

lo que los lleva a tener conductas incomprensibles.

En América Latina y el Caribe el reciclaje informal según Medina (2000) presenta ocho mitos acerca del tema de los residuos sólidos: el trabajo se desarrolla de manera informal y se ha convertido en un fenómeno reciente; además, las personas que se dedican a esto son considerados como indigentes; la actividad es contemplada como marginal; la estructura de las empresas dedicada a estos menesteres es desorganizada; el impacto económico que genera es mínimo; la realización de esta labor es estática; por otro lado se especula, que los recicladores deben erradicarse; y por último, no tienen cabida en un sistema moderno de desecho.

Ahora bien, el diagnóstico del manejo de residuos sólidos municipales en América y el Caribe del Banco Interamericano de desarrollo y la organización Panamericana (2000) determinó que los países de la región no reconocen como sector formal al de residuos sólidos, por tanto no han contado hasta ahora con el desarrollo ni el protagonismo necesario para lograr la prioridad que se merece. La falta de un organismo rector líder afecta la disponibilidad de recursos, los procesos de información y la cobertura en servicios.

Según Pineda (2001) los países del Caribe, entre ellos Colombia y Venezuela, no están exentos de la retórica oficial en promocionar los grupos ambientalistas. En cuanto a las políticas de recuperación, reúso, reciclaje de residuos sólidos, ha tenido un sostenido avance en estos países motivado por la necesidad de las comunidades pobres en busca de un ingreso económico. Se han elaborado programas basados en el principio de que el que contamina paga, pero la falta de recursos dificulta la aplicación.

Al respecto se puede decir que en estos países se han formulado programas de reciclaje, de hecho se elaboraron algunos planes maestros de área metropolitana y ciudades medianas, pero son pocos los que realmente se han implementado. La mayoría de los proyectos pilotos tienen solo valor académico o técnico, sin llegar a establecerse por falta de autosostenibilidad económica y capacidad financiera. Asimismo, las políticas de recuperación permiten a un material ser continuamente reutilizado, razón por la cual las personas se sienten motivadas para reciclar, aunque algunas otras con esta actividad consiguen el sustento para muchas familias.

Con base en la falta de planificación existente para el reciclaje del plástico en esta zona es oportuno analizar la comunicación asertiva en las empresas de reciclaje del plástico de este sector, la cual podría convertirse en la actualidad en una herramienta eficiente porque se puede lograr con ella satisfacer las necesidades y expectativas de las comunidades y orientar todos los recursos disponibles de estas organizaciones en función a las prioridades latentes en el entorno.

Sin embargo, para la dimensión de este problema se han presentado pocas soluciones debido a lo complicado de la realidad. Por otra parte, el reciclaje del plástico parece ser es un procedimiento complicado que necesitaría de parte de los directivos de estas empresas, habilidades de comunicación asertiva para la interrelación con las personas que se dedican a reciclar este producto en los diferentes sitios de las zonas

rurales y urbanas.

Igualmente, en la zona de frontera tal vez se produce una significativa cantidad de plástico reciclable, el cual puede ser aprovechado por personas, entidades u organizaciones, que se encarguen de manejar e implementar estrategias empresariales, en pro de comercializar y planificar la actividad del reciclaje. Por lo tanto, esta actividad puede ser vista como algo informal que genera baja autoestima social por el hecho de trabajar con desechos sólidos.

Considerando la problemática antes descrita, se señala en el actual artículo que con la comunicación asertiva en las empresas recicladoras del plástico en la zona fronteriza colombo-venezolana se puede lograr el mejor aprovechamiento del material que se recupera y así contribuir con la mejora del ambiente. De igual forma se pretende alcanzar una interacción que permita constituir relaciones satisfactorias para lo cual el medio más apropiado es aprender a expresar las ideas.

Al aplicarse la comunicación asertiva se establece un balance de poder entre individuos en conflicto, de manera que cada uno podría obtener provecho de la interrelación. El propósito no es someter a otros, sino más bien asegurar la satisfacción mutua en la resolución de conflictos. Por otro lado, para alcanzar el éxito, expresarse de forma adecuada permite establecer vínculos satisfactorios y efectivos, cuyo camino más adecuado es aprender a expresar las ideas.

### CONSIDERACIONES TEÓRICAS

Todas estas nociones permiten conocer la composición conceptual relacionada con la comunicación asertiva, las cuales dejan ver una complejidad para conceptualizar de forma única sobre la misma. Sin embargo, se puede afirmar que es el proceso por medio del cual las personas son responsables de sus acciones y además poseen iguales derechos de expresión, donde se respeten a los otros, como a sí mismo.

Cabe destacar que las personas deben estar preparadas para solucionar los conflictos interpersonales. Estos problemas se presentan de forma natural, debido a que los individuos poseen persuasiones, opiniones y pretensiones diferentes. De no llevarse con cuidado, estos conflictos pueden causar impresiones de desequilibrio, desatención, disgusto y fracaso. La comunicación asertiva está basada en valores que pueden ser de beneficio en el proceso de interacción.

Según Van-der y Gómez (2006) la persona con este estilo de comunicación es capaz de expresar sus sentimientos, ideas y opiniones, defendiendo sus derechos y respetando los de otros. Cuando hace esto facilita que los demás se expresen libremente y lo hace utilizando de la forma más adecuada posible los componentes conductuales de la comunicación. El objetivo fundamental de la persona asertiva no es conseguir lo que desea a cualquier precio, sino ser capaz de expresarse de forma adecuada y sin agredir, de manera que al interactuar con una persona asertiva la conversación se convierte en una negociación.

Además, la forma de expresarse del asertivo se adapta al contexto donde se desarrolla la comunicación, lo que facilita a que se resuelvan los problemas inmediatos que se puedan presentar en el proceso de comunicación y se minimice el riesgo de que en los futuros intercambios puedan aparecer problemas. Se puede decir entonces que el estilo asertivo consiste en ser capaz de comunicarse en cada ocasión de la mejor manera posible. Van-der y Gómez (2006) señalan que las creencias más importantes que están en la base del comportamiento asertivo de las personas son las siguientes:

- Se respeta y valora a sí mismo, incluidos a los demás.
- Es capaz de elegir por sí mismo.
- Conoce sus derechos personales y se siente capaz de defenderlos.
- Lo que otro quiere o piensa es tan importante como lo de él.
- Es capaz de conseguir sus objetivos.

Es así como el comportamiento asertivo se sustenta sobre un sistema de creencias que mantiene el respeto por los propios derechos personales y por los de los demás. Estos derechos provienen de la idea de que todas las personas son creadas iguales, en un sentido moral, y se tienen que tratar mutuamente como tal. Una habilidad primaria para llegar a ser asertivo socialmente consiste en aprender a definir e identificar los derechos humanos básicos.

Por su parte, Schmitz y Hipp (2007) manifiestan que ser asertivo se ha definido como el hecho de defender los derechos personales, expresar los pensamientos, sentimientos, creencias de maneras directas, honestas, apropiadas que no violen los derechos de otra persona. Esto quiere decir que cuando se está siendo asertivo, quien se manifiesta expresa lo que piensa, cómo se siente, lo que cree. Se hace de una manera directa, honesta, que además es apropiada.

Cuando la persona es asertiva se expresa a sí misma, pero lo hace de un modo que realza el “yo” y al “otro”. Las personas deben mantener respeto sobre sí mismas y exigir que lo traten de igual forma. Se trata de una interacción entre iguales. En la asertividad el objetivo es llegar a una situación en la todos ganan. Una persona que se acerca a otra con la convicción de tener derecho a que la traten con respeto manifiesta lo que quiere decir, tiene responsabilidad de sus palabras, debe ser cortés y así le permitirán expresar lo que quiere decir.

Tomando en cuenta las teorías de los autores mencionados con anterioridad, cabe señalar que la habilidad de ser asertivo proporciona los beneficios para el incremento del autorespeto, como también la satisfacción de hacer algunas cosas con la capacidad necesaria para lograr el aumento de la confianza, aceptación y el respeto de los demás, en el sentido de hacer un reconocimiento de afirmar los derechos personales.

Cabe señalar que la comunicación asertiva es asociada a derechos humanos básicos como ser escuchado, cambiar de opinión, cometer errores, pedir lo que se desea y tener la posibilidad a responder negativamente. Asimismo incluir el reconocimiento de los derechos a otros. También se fundamenta en que las personas sean claras, seguras y directas logrando hacerse entender al máximo.

Según Van-der y Gómez (2006) la comunicación asertiva presenta barreras que generan una serie de pérdidas que pueden resultar insalvables y se pueden producir cada uno de los pasos del proceso o bien a lo largo de todos ellos. Al margen de esta complejidad, en este apartado se analizaron una serie de barreras o dificultades añadidas que muchas veces se encuentran en la base de esas pérdidas que se producen. En concreto se centrarán en tres posibles tipos de causas: las debidas al entorno; las debidas al emisor y las debidas al receptor.

Las barreras de la comunicación causadas por el entorno son aquellas causas físicas que pueden influenciar negativamente en el proceso de comunicación y se clasifican en tres tipos: a) debidas al medio ambiente; b) las características físicas del espacio y, c) a la organización de la actividad. Con relación a las causas del medio ambiente se consideran fundamentalmente los ruidos, ya sean debidos a la maquinaria, al tráfico o al público que se concentra en un lugar determinado. En el mismo tipo de causas incluye también el frío y el calor cuando estas circunstancias no se puedan resolver recurriendo a aparatos de climatización (situaciones al aire libre, etc.), el cual se incluirá en el punto siguiente.

De esta forma, las características físicas del entorno se refieren básicamente al ajuste de las mismas al tipo de comunicación que vaya a producirse. No hay un lugar demasiado grande ni demasiado pequeño, a no ser que se pueda poner referencia a algo. Imposibilidad de privacidad, incomodidad del inmobiliario, falta de climatización, entre otras, serían algunas de las causas de las barreras de este apartado.

Las barreras debidas al emisor se refieren fundamentalmente a aquellas que tienen que ver con el sujeto que en un momento dado hace el papel de emisor, tanto si va a mantenerse durante todo el proceso de comunicación o bien solo durante breves instantes. Este tipo de barreras se pueden agrupar en dos grandes bloques, que serían los siguientes: a) relacionados con el código a utilizar en el proceso de comunicación; b) relacionados con la habilidad de la persona para comunicarse con los demás.

Para Gómez y Corral (2009) se conocen como barreras de la comunicación a aquellos elementos que perturban e interfieren en el proceso comunicativo, interrumpiendo el intercambio y la comprensión de mensajes en las relaciones interpersonales. Se pueden destacar tres elementos fundamentales que producen fallos en el proceso comunicativo, llevando a que se produzca barreras en la comunicación. Estos elementos son: cortocircuitos, comunicación paradójica e interferencias en el canal.

La práctica hace al maestro, dice un viejo refrán, y sin duda la mejora de las capacidades de comunicación, se despliega con la práctica, de modo que las personas que cuentan con habilidad comunicativa deben tener una gran experiencia acopiada. De esta manera se amplían las posibilidades de mejores relaciones interpersonales sin que se lesionen los derechos, de allí que haga más sencillo abordar los conflictos.

### **CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS**

Con base en lo planteado y las teorías que soportan este artículo se señala que esta investigación es de tipo descriptiva y analítica debido a que según Álvarez (2008) su

preocupación primordial radica en describir características fundamentales de conjunto homogéneas de problemas o fenómenos. Describe las características de un fenómeno existente en el tiempo presente actual. Igualmente Méndez (2006) manifiesta que los estudios descriptivos tienen como propósito la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación.

Asimismo, se considera como no experimental por cuanto Hernández, Fernández y Baptista (2010) explican que estos diseños son aquellos que se realizan sin manipular deliberadamente las variables y lo que se hace es observar los fenómenos tal como se dan en su contexto natural para después analizarlo.

El presente estudio no experimental buscó determinar por qué los hechos ocurrieron así y los observó en su ambiente natural. El análisis de la comunicación asertiva en las empresas recicladoras del plástico de la zona fronteriza colombo-venezolana realizó un examen detallado para examinar la forma en que sucedieron los hechos, para así determinar planes de acción con el propósito de establecer estrategias tendentes a orientar el proceso de reciclaje del plástico.

De la misma forma, los autores anteriormente mencionados indican que los estudios transeccionales descriptivos presentan un panorama del estado de una o más variables, grupos de personas, objetos e indicadores en determinado momento. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (describir comunidades, eventos, fenómenos, contextos). Asimismo, la presente investigación es transversal, debido a que los datos necesarios para realizar la misma se recolectaron en un solo momento (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Por otra parte, la población está referida a cualquier conjunto de elementos en los cuales se pretende indagar y saber sus características o una de ellas, estas son validadas en las conclusiones de la investigación. Siguiendo los planteamientos de Gómez (2006), se define población como cualquier conjunto de elementos de los que se espera saber e investigar algunas características. La población estudiada y sobre la cual se generalizaron los resultados de la comunicación asertiva fue en las 28 empresas recicladoras del plástico de la zona fronteriza colombo-venezolana, indicando que la misma estuvo constituida por 182 empleados y 28 gerentes.

## CONCLUSIONES

Al analizar la comunicación asertiva en empresas recicladoras de plástico de la zona fronteriza colombo-venezolana se concluye que esta no está presente, debido a que al momento de comunicarse entre sí los miembros de la organización no se basan en los derechos humanos básicos como ser escuchado, cambiar de opinión, cometer errores, pedir lo que se desea y tener la posibilidad a responder negativamente.

Asimismo se indica que no se adoptan los componentes de la comunicación asertiva, limitándose a involucrar los aspectos externos o resultantes de la comunicación en la gestión de la organización, pero pasando por alto los componentes internos u originarios de la propia actividad empresarial. Por otro lado, las barreras afectan el desarrollo de la

misma en estas entidades, lo cual genera malos entendidos entre los miembros de la organización y problemas por la mala interpretación de los mensajes emitidos.

### REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez, J. (2008). El proceso de la investigación para un anteproyecto. Colombia. Stilos Impresores Ltda.

Banco Interamericano de desarrollo y la organización Panamericana. (2000). Diagnóstico de la situación del manejo de residuos sólidos municipales en América Latina y el Caribe. Documento en línea. Disponible en: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=823485>. Consulta: 01/02/2013.

Castells, X. (2000). Reciclaje de residuos industriales. España. Ediciones Díaz de Santos S. A.

Davis, K. (2003). Comportamiento humano en el trabajo. México. Editorial McGraw Hill.

Gómez, F. y Corral, E. (2009). Apoyo psicológico en situaciones de emergencias. España. Aran ediciones.

Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación. Argentina. Editorial Brujas.

Hernández, R., Fernández, R. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. México. McGraw Hill.

Medina, C. (2000). Manejo de residuos sólidos. México. Editorial McGraw Hill.

Méndez, C. (2006). Metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación. México. Editorial McGraw Hill.

Pineda, J. (2001). Manejo y disposición de residuos sólidos. México. Editorial McGraw Hill.

Schmitz, C. y Hipp, E. (2007). Cómo enseñar a manejar el estrés. México. Thomson editores S.A.

Van-der, C. y Gómez, J. (2006). Competencias y habilidades profesionales para universitarios. España. Ediciones Díaz de Santos.