



TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado.

**Importancia de la comunicación asertiva en los procesos de gestión empresarial en las
organizaciones en el año 2024**

Corporación Universitaria Remington.
Ciencias Empresariales
Tecnólogo en Gestión Logística

Edwin Ricardo Quintero Rodríguez – CC1004733986

Tutor Trabajo de grado: César Augusto García Mosquera. Magíster en Administración
Económica y Financiera.

Asesor Metodológico: Jhon Edison Amortegui Granada
Opción de Trabajo de grado Seminario-Diplomado.
2024.

Tabla de contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
1. Pregunta orientadora de la búsqueda	4
2. Metodología de búsqueda de la información	5
3. Sustentación teórica de la pregunta.....	6
3.1 Introducción.	6
3.2 Comunicación Organizacional Asertiva.	6
3.3 Cultura Organizacional.	7
3.4 Importancia del Trabajo en equipo en las organizaciones.	8
3.5 ¿Que es un Líder?	9
3.6 Gestión del Talento Humano en las Organizaciones.	10
3.7 Competitividad.....	10
3.8 Direccionamiento Estratégico.	11
3.9 Discusiones.	12
4. Conclusiones y anotaciones finales	13
5. Lista de Referencias.....	16

Resumen

El presente informe tiene como finalidad recalcar la importancia de la implementación de la comunicación asertiva en las organizaciones como herramienta esencial en todas las áreas para el buen desarrollo de todas las operaciones de las organizaciones en Colombia y que por medio de buenas estrategias y apoyo de las tecnologías se beneficien las organizaciones. La modernización actual, las nuevas generaciones, el uso de tecnologías deben de usarse de forma activa, y exigen que a los colaboradores y a clientes se les transmita la información, de forma cada vez más cercana. El informe abarca diferentes áreas y procesos que están relacionadas entre sí con la búsqueda de la implementación de la comunicación asertiva, con el objetivo de influenciar todos los clientes internos y externos, la operatividad con el mismo objetivo y en pro de fortalecer la cultura organizacional en general.

Palabras clave

Asertividad, Comunicación, Estrategias, Liderazgo, Organización.

1. Pregunta orientadora de la búsqueda

La comunicación empresarial en el entorno global es cada vez más competitiva y dinámica, las organizaciones se enfrentan al desafío de adaptarse rápidamente a los cambios, mediante estrategias de comunicación empresarial precisas, que fortalezcan la comunicación en todas las áreas. En la actualidad muchas empresas, organizaciones y en general, nos enfrentamos a la dificultad de tener una comunicación más asertiva, pese a contar con tecnología, redes, aplicaciones que facilitan esto, el mal uso de muchas de estas herramientas está provocando distorsión de la información, cuando se debe suministrar a los empleados y están afectando la operatividad y productividad en las organizaciones.

Es por esto la importancia del fortalecimiento de la comunicación, de implementar o diseñar estrategias que permitan mejorar la asertividad de la información. Establecer conductos regulares, normatividad actual vigente en el país, como es la aprobación de la desconexión laboral, y no siempre hacer uso de redes que son personales de los empleados y no facilitan el seguimiento y la seriedad de la comunicación, ya que se debe entender que la comunicación en la organizaciones son en su mayoría confidencial, es por esto, que se plantea la siguiente pregunta orientadora para la realización de la búsqueda de información, en la realización del presente informe.

¿Cuál es la importancia del fortalecimiento en la comunicación empresarial en una organización, en Colombia en el año 2024?

2. Metodología de búsqueda de la información

El presente informe se elaboró por medio de la búsqueda en diferentes fuentes bibliográficas digitales, de sitios confiables nacionales e internacionales. Profundizando en los temas elegidos para el informe.

Se realizó con el apoyo de herramientas confiables como: Google académico, biblioteca virtual Uniremington, con la que se logró información confiable, actualizada y concisa de diferentes fuentes y autores en el tema tratado, que permitieron su respectiva citación en normas APA que evitan el margen de suplantación por medio del parafraseo, se filtró información del año 2000 al 2024 que permitiera tener información evolutiva sobre los temas.

La recolección de la información bibliográfica permitió fortalecer el enriquecimiento del informe, en especial en discusiones y conclusiones que permitió citar de manera precisa opiniones de autores logrando brindar resultados finales como objetivo del presente informe.

3. Sustentación teórica de la pregunta

3.1 Introducción.

La comunicación en la actualidad en las empresas colombianas requiere de fortalecimiento en todos los ámbitos, liderazgo, clima organizacional, productividad, resultados, y el aprender a comunicarnos, transmitir el mensaje de forma correcta y clara permite a las organizaciones llevar un mismo rumbo. Para profundizar más en este informe, nos vamos a apoyar de expertos de la comunicación para comprender su significado e importancia. Teniendo en cuenta ésta breve introducción, a continuación, veremos en términos más específicos cuál es la definición de comunicación, revisando algunas ideas y definiciones propuestas por expertos en temas de comunicación, mercadotecnia y administración, y de renombrados autores clásicos.

La comunicación es el medio que tenemos con las personas y nuestro entorno en general para intercambiar mensaje, por ende, cada vez que nos comunicamos con nuestros familiares, amigos o compañeros de trabajo, etc. Se crea una conexión, y un momento único donde se da y se recibe información e intercambiamos de ideas, y es aquí donde se requiere aprovechar estos momentos de la comunicación para el entorno empresarial, y surge la necesidad de lograr asertividad en la información que se le comunica a los empleados, proveedores nichos y stakeholders que rodean las organizaciones. La necesidad de actualizarnos y de estar en sintonía con las tendencias obligan a las empresas hacer uso correcto de la comunicación y comprender su papel en una era tecnológica que avanza sin parar, donde se piden mayores resultados y menos errores (Thompson, 2008).

El objetivo del presente informe es dar a conocer como las organizaciones pueden implementar la comunicación asertiva con las herramientas que ofrece la actualidad y como por medio de estas puedan generar estrategias, modelos y planes de acción que permitan el fortalecimiento de la comunicación con todo su entorno.

3.2 Comunicación Organizacional Asertiva.

Las organizaciones se enfrentan a un reto en la actualidad con sus comunicaciones, con sus clientes interno y externos.

- Clientes internos: se encuentran colaboradores, propietario, accionistas e inversionistas.
- Clientes externos: clientes, proveedores, acreedores, sociedad y gobierno.

La necesidad de transmitir la información a todos estos grupos de interés, obligan a las organizaciones a diseñar e implementar herramientas que faciliten la transmisión de sus mensajes y evitar desinformación o confusión en la información que se suministra.

Para todas las empresas la comunicación es fundamental para llegar a los objetivos planteados, desde cómo estamos transmitiendo la información a nuestro equipo de trabajo y a nuestros clientes, diseñar el plan estratégico de comunicación, designar al personal idóneo para esta función, facilitara la transmisión de los mensajes que se desean comunicar.

La asertividad en la comunicación es un pilar fundamental para el engranaje oportuno de cualquier acto comunicativo, está se desarrolla en cualquier ámbito como lo son el familiar, social, laboral, educativo y cultural. Ante esto se puede decir que la asertividad es dada como aquella representación integral de todo ser humano que satisface su mensaje a través de la comunicación, pues, es el sentido a la transmisión de constante mensajes entre dos o más personas Por lo tanto, la asertividad se considera como la habilidad y aptitud comunicativa, en función a la capacidad se puede resolver situaciones y conflictos de una forma acertada, manifestar sentimientos, pensamientos y emociones sin perturbar o atropellar los derechos del otro, teniendo en cuenta que la misma sitúa en una actitud de escucha para así ser escuchado.

Lograr desarrollar una comunicación asertiva en la organización, facilitara los resultados, mejorar el clima laborar y la productividad, ya que la comunicación no diferencia de un servicio o un sector productivos. Todos deben tener el mismo mensaje de lo que desea la organización.

Hacer uso correcto de las tecnologías y medios con los que se deseas brindar la información, evitar hielos en la comunicación especialmente en las áreas de ventas y de productividad, donde los líderes y jefaturas son fundamentales para el desarrollo de las operaciones (Silva,2020).

3.3 Cultura Organizacional.

La organización también tiene su personalidad que se conoce como “cultura organizacional,” la cual se ha descrito como los valores, principios, tradiciones y formas de hacer las cosas que influyen en la forma en que actúan los miembros de la organización. Aquellas organizaciones en que los valores fundamentales están profundamente arraigados y son compartidos, tienen mayor influencia sobre los empleados, además se ha encontrado que son más leales y están asociadas con el alto desempeño organizacional.

La cultura organizacional no se crea, esta se va desarrollando como la personalidad de un adolescente, donde se van fomentando valores y creencias, pero en este caso que estén alineadas a la organización. La influencia sobre los empleados hace que estos se encuentren motivados y orientados ya por una cultura que es el ADN de la empresa, que generación tras generación se va transmitiendo, Contar con esta influencia permite ser facilitadores de cambios y decisiones, contar con un ambiente favorable y familiar permite potencializar las habilidades y aptitudes de los colaboradores (Pérez, 2016).

La competitividad y el posicionamiento son beneficios que atraen la cultura organizacional, como nos perciben nuestros colaboradores y nuestros clientes debe ser igual, no pueden ser percibidos de formas diferentes, esto implicaría una falla en la comunicación y en el cómo queremos ser reconocidos. Las organizaciones en la actualidad en Colombia se han renovado por múltiples factores como: una pandemia que obligo a digitalizarnos, renovarnos y reinventar muchas actividades que se hacían de forma tradicional, pero sin perder las tradiciones y en enfoque en el mercado.

3.4 Importancia del Trabajo en equipo en las organizaciones.

El trabajo en equipo es una herramienta muy eficaz a la hora de ejecutar una actividad, pero si bien se sabe que la confianza de trabajar en equipo es un desarrollo que se va dando con el pasar del tiempo para esto se necesitan una serie de actividades individuales para afianzar su comunicación entre el equipo, para fomentar los objetivos, la motivación, creatividad y favorecer las habilidades sociales de cada uno. Su importancia en las empresas radica en: Hace posible los objetivos comerciales, facilita el crecimiento individual, permiten la retención de empleados con

un ambiente laboral amigable, genera una ventaja sobre la competencia, favorece la creatividad y el aprendizaje, reduce el estrés, aumenta la eficiencia y la productividad.

La comunicación es un aspecto esencial para lograr un trabajo en equipo eficaz para esto es necesario brindar los objetivos planes y acciones que faciliten la orientación al resultado que se desea lograr, contar con el mejor recurso humano facilitara, la potencialización de cada individuo, el reclutamiento idóneo para cada organización es fundamental para que los equipos se complementen según sea su rol en las organizaciones.

3.5 ¿Que es un Líder?

Un líder es la persona que es capaz de influir en los demás, siempre de forma asertiva y respetuosa. Es la persona que resaltan en su entorno por su habilidad de expresión y claridad en las ideas que genera, su opinión siempre es valorada. En la actualidad los líderes cumplen un papel fundamental en las organizaciones y todas desean contar con varios en sus equipos de trabajo, un líder debe estar preparado para resolver soluciones imprevistas, saber orientar, optimizar, motivar a un grupo de trabajo permite alcanzar metas propuestas a corto y largo plazo.

Saber diferencia de un jefe y un líder en la actualidad permite a las organizaciones reclutar de forma asertiva a su personal, en la actualidad contar en la organizaciones con jefes les cuesta la alta rotación del personal , por su forma de tratar e imponer ordenes sin brindar méritos a quien le corresponde, Contar con líderes en las organizaciones construye relaciones duraderas laborales, ya que saben identificar el potencial de un empleado y lo usan a favor de las empresa, y a su vez genera espacios de enriquecimiento de ideas y soluciones a problemas existente en las organizaciones, inspirando entusiasmo para el crecimiento de las empresa y del colaborador en sí.

En la actualidad aún se sigue actuando bajo la premisa de que “dirigir es mandar” y, a menudo, encontramos situaciones de gestión que son dañinas para la buena marcha del negocio y del equipo y que contaminan el ambiente, dificultando el trabajo, la consecución de los objetivos

y disminuyendo el rendimiento. Esto, por lo general, produce muchos conflictos y desalinea los esfuerzos, creando a su vez desánimo, alta rotación, rumores, subgrupos, originados sindicatos, y en muchos casos generar conflictos de interés que perjudican a las empresas como la creación de huelgas, sindicatos, desinterés y hasta renuncias colectivas por no contar con los líderes adecuados que faciliten un clima laboral idóneo (Ruiz,2008).

3.6 Gestión del Talento Humano en las Organizaciones.

Los elementos que se complementan para generar una nueva visión desde la gestión con las personas son, reconocer el conocimiento como base para la generación de rentabilidad; por otro lado, valorar los activos intangibles en las personas como herramienta ponderosa para la generación de competitividad, asimismo, reconocer el papel de los recursos y las capacidades internas de las empresas en su generación de estrategias competitivas.

La gestión Humana en las organizaciones se cataloga con el objetivo de mejorar el rendimiento En la búsqueda de mejoras en el clima laboral mediante actividades de bienestar y capacitación que permita a los empleados ejercer sus labores a cabalidad, proporcionado un ambiente sano y con las herramientas necesarias para lograr un resultado idóneo (Calderón,2006).

3.7 Competitividad.

La competitividad es la capacidad empresarial de brindar productos y servicios con eficiencia y calidad en el mercado, actuando como un conjunto de estrategias que permiten alcanzar las metas trazadas por las empresas.

La competitividad en el mercado es el conjunto de estrategias que permiten generar resultados, desarrollar y mantener unas ventajas que solidifiquen a las empresas y a las marcas en el mercado. Ser competitivo implica estar actualizándose constantemente a las necesidades de un

mercado cambiante, la innovación es el medio a través del cual se generan nuevos productos y servicios que permiten llegar a nuevos nichos. Los desafíos económicos actuales exigen a las organizaciones adaptarse de forma constante para evitar Pérdidas monetarias y de recursos (Bernal,2019).

3.8 Direccionamiento Estratégico.

El direccionamiento estratégico se define como la formulación de las finalidades y propósitos de una organización, donde se consignan los objetivos definidos para un largo plazo que apuntan a la perdurabilidad, sostenibilidad y crecimiento de la misma que sirve de marco referencial para los objetivos y lineamientos consagrados en el plan estratégico.

Muchas empresas están en la búsqueda de un buen direccionamiento estratégico para alcanzar un rumbo claro y promover los objetivos propuestos, establecer una adecuada integración nos lleva a un entorno de mejora continua, estratégico, táctico y operacional con las exigencias del sistema o entorno de las etapas de formulación (González,2019).

La dirección estratégica se crea a partir de cuatro factores principales:

- Misión: es el porqué de la organización, su identidad, su razón de ser y lo que está la diferencia de los demás.
- Visión: donde desea llegar o proyectarse a mediano y a largo plazo.
- Estrategias: muestran una guía de cómo se logrará cumplir la misión y visión planteada para la organización y todas estas deben cumplirlas a cabalidad los colaboradores.
- Procesos internos: las divisiones internas que se hacen para alcanzar los objetivos planteados.

Para implementar una dirección estratégica se requiere de un enfoque claro para lograr implementar y que se logre adaptar a los resultados que se desean obtener, contar con el personal que tengan el conocimiento y sepan implementarlo es fundamental para su realización.

3.9 Discusiones.

La importancia del fortalecimiento de la comunicación organizacional surge como el eje fundamental en cualquier ámbito laboral, profesional, familiar. Las organizaciones para lograr los resultados deseados, deben cumplir con una orientación al éxito de la mano de sus equipos de trabajo, la forma de lograrlo está en el flujo de las comunicaciones internas, a través de relaciones sólidas construidas con el equipo. La forma correcta de fortalecerlas es comprender el ambiente de trabajo que hay, el tipo de comunicación al interior de las organizaciones debe ser: amigable, cooperativa, fluida pero siempre sería esto permite fortalecer el engranaje y como resultado la obtención de resultados, cumplimiento de los kpis de las organizaciones. (Silva, 2020).

Las comunicaciones en las organizaciones según Silva (2020) es el engranaje principal de las organizaciones, en Colombia existe una ventaja favorable y es que nuestra cultura en general es amigable y sociable, este aspecto en muchas organizaciones y regiones del país simplifican el acto de comunicar ideas y pensamientos. También se ve reflejado en el clima laboral, en la disminución de la rotación del personal y en los excelentes resultados que algunas organizaciones están logrando con la implementación de la comunicación asertiva, acompañado del crecimiento de líderes natos y en formación que se viene presentando en esta generación actual. En la actualidad las organizaciones están obligadas adaptarse al entorno y esto está implicando en transformas y mejorar su comunicación con sus colaboradores, clientes, proveedores, etc. Logrando ser cercanas y asertivas en lo que se comunica.

El trabajo en equipo no es un grupo de personas que están reunidas para medir fuerzas, así solo sería un equipo. Aprender a trabajar en equipo, es alinear a todos con un mismo objetivo, la misma fuerza, su objetivo cumplir con su misión (Ruiz, 2008). Las organizaciones deben implementar estrategias que faciliten y motiven el trabajo en equipo, cada área de las organizaciones se entrelaza entre sí, y para ello debemos de contar con líderes en cada área, colaboradores que contagien de: iniciativa, integridad, compromiso, optimismo, buenos comunicadores. Lograr fomentar el talento permite que las organizaciones lleguen a los resultados deseados, contar con el personal idóneo facilitan el proceso, se deben de apoyar de un reclutamiento humanizado y en sintonía de las necesidades de los departamentos de la organización, incentivar a los colaboradores con: incentivos, planes de carrera, la creación de espacios de divulgación y comunicación cercana con los colaboradores. Permiten identificar, detectar y reconocer, el grado de satisfacción de los colaboradores y lograr su permanencia.

González (2019) nos indica que la gerencia estratégica es una herramienta que permite el enfoque para medir, controlar y regular el entorno de las organizaciones. Permite establecer estrategias basadas en el estudio y análisis del mercado en general, como resultado de la necesidad de adaptarse a la velocidad de las tendencias y cambios mentales que se están presentando en las sociedades. Definir los objetivos que se desean alcanzar en corto plazo permiten medir el resultado de las estrategias implementadas, González recalca el poder del liderazgo y de la comunicación para responder a todos los cambios que se presentan en el mercado. Lograr transferir el conocimiento a los equipos de trabajo permiten que estén en ventaja a un mercado que tiene la tecnología a la mano, la facilidad al acceso de la información, debe usarse de forma que logre alcanzar una ventaja competitiva en el mercado, la capacidad de lograr ser sostenibles en mercado cambiante, depende mucho de la vinculación de todos los colaboradores a los objetivos requeridos por medio de una comunicación asertiva y una transferencia de conocimiento enriquecedora para todos los equipos de trabajo.

4. Conclusiones y anotaciones finales

La comunicación asertiva como elemento fundamental en las organizaciones facilitan la implementación de las herramientas y las estrategias que se deseen implementar por medio del direccionamiento, lograr las metas y cumplir con los procesos, es el camino que garantiza el éxito en un mercado volátil y más en un país como Colombia que se encuentra en expansión y crecimiento.

La dirección estratégica es una disciplina que permite la implementación y control de las estrategias, con el objetivo de alcanzar ventajas competitivas sostenibles. Las organizaciones ponen a disposición los recursos para lograr el futuro deseado para estas (Fernández,2005).

Dentro de la importancia de una comunicación asertiva hay varios factores que involucran al direccionamiento estratégico, y en los temas anteriormente mencionado se requiere el fortalecimiento de los líderes que estos se conviertan en líderes estratégicos que ayuden a guiar a un equipo de trabajo y como se puede fortalecer, deben diseñar e implementar recompensas e incentivos que motiven a los colaboradores, también la inversión que se requiere en la actualidad del apoyo de las tecnologías como medios de comunicación como es con colaboradores, clientes y etc. La innovación como ventaja competitiva implica que las organizaciones desarrollen y fortalecer comunicaciones más humanas y cercanas con todos sus nichos en especial los clientes internos que son los encargados de cumplir con los resultados. Lograr la rentabilidad y sostenibilidad en el mercado requiere de un esfuerzo en conjunto.

Para lograr los objetivos las organizaciones deben coordinar su recurso humano con el direccionamiento estratégico, la información es un recurso muy valioso para todas las empresas, permite la toma de decisiones y se convierte en el origen para una comunicación real con los colaboradores permitiendo transmitir su rol e importancia en esta. Mantener un estricto control sobre sus procesos internos facilitara reconocer fallas y conductas que requieran de feedback: Líderes que no comunican de formas clara y precisas las funciones, que desmotiven el talento humano, de forma externa, la comunicación asertiva permite a las organizaciones medir la satisfacción de sus clientes (Durán,2014).

Las organizaciones en Colombia deben empezar a fortalecer sus comunicaciones para que estas puedan aumentar el valor de lo intangible como es: marca, talento humano, reputación, responsabilidad social (Salas, 2013). Las empresas hoy en día deben de pensar de manera favorable en el uso positivo de las tecnologías, de la importancia de medir y hacer seguimientos a las herramientas y estrategias que se crean con la gerencia estratégica y poder comunicarlas de forma asertiva a los colaboradores, la competitividad, la comunicación y la productividad están estrechamente unidas y poder tener una misma sintonía, un mejor resultado dependerá del cambio y mejora interna que se realice en cada organización, ya que un era digital, generaciones más exigentes y una economía con riesgo de desaceleración económica obligan a estar preparadas y capacitadas para afrontarlas, tener a su disposición la mejor forma de comunicar y generar tranquilidad al futuro para todos sus nichos, impactar de manera positiva el mercado con innovación, estrategia y comunicaciones asertivas, hacen que se pueda perdurar en el tiempo, con equilibrio y crecimiento constante.

Lo anterior coincide con el impacto positivo que se quiere lograr con la creación del presente informe, como aporte significativo para las nuevas generaciones, nuevas organizaciones y sobre todo para las que en los últimos años se siguen manteniendo y modernizando frente a la adversidad. Lograr tomar las mejores decisiones hacen la diferencia frente a las situaciones negativas que se presenten, contar con un equipo de trabajo capacitado y orientado al logro dependerá de la motivación y formación que se brinde. Enriquecer los procesos, las acciones, las estrategias, permiten que las fuerzas den los frutos que se desean.

5. Lista de Referencias.

- Bernal-Jiménez, M. C., & Rodríguez-Ibarra, D. L. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia et Technica*, 24(1), 85-96.
- Calderón Hernández, G. (2006). La gestión humana y sus aportes a las organizaciones colombianas. *Cuadernos de administración*, 19(31), 9-55. <https://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=256>
- Durán Medina, José Francisco; Durán Valero, Irene Editorial: McGraw-Hill Interamericana Edición:1 © 2014 Idioma Español <https://elibro.net/es/ereader/remington/227384?page=16>
- González, J., Salazar, F., Ortiz, R., & Verdugo, D. (2019). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos: Revista de estudios interdisciplinarios en ciencias sociales*, 21(1), 242-267.
- Pérez, A. M. S., Milian, A. J. G., Cabrera, P. L., & Victoria, I. P. (2016). Desarrollo organizacional, cultura organizacional y clima organizacional. Una aproximación conceptual. *Revista de Información científica para la Dirección en Salud. INFODIR*, (24), 86-99.
- Ruiz, M. (2008). ¿Para qué sirve un líder? *Lecciones de liderazgo aplicadas a la empresa, política y la vida. Ediciones Díaz de Santos. España.*
- Silva, A. K. L., Barrientos-Monsalve, E. J., & Díaz, M. C. C. (2020). Comunicación asertiva ¿estrategia de competitividad empresarial? *Aibi Revista De investigación, administración E ingeniería*, 8(1), 147-153.
- Salas Forero, C. P. (2013). Posicionamiento de la comunicación estratégica como gestión gerencial en las empresas más grandes de Colombia. *Signo y pensamiento*, 32(63), 94-

109. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-48232013000200006&script=sci_arttext

Thompson, I. (2008). Definición de comunicación. *Comunicación*.