



Visítanos en:
<https://journal.poligran.edu.co/index.php/poliantea>

Impacto En La Comunicación Asertiva Debido Al Cambio Organizacional Que Trajo El Covid-19

Impact On Assertive Communication
Due To The Organizational Change
Brought By Covid-19

Myriam Yolanda Blanco López
Lizeth Maritza Otalvaro Montoya
Iván Andrés Vásquez Quebraolla
Camilo Andrés Vásquez Vásquez

Institución Universitaria Politécnico
Grancolombiano
Psicología Modalidad Virtual



[Vector de Fondo creado por macrovector_official - www.freepik.es](https://www.freepik.es/vectores/fondo)

Recepción: 06.2021
Aceptación: 07.2021

Resumen

Esta propuesta investigativa parte del interés por definir el impacto en la comunicación asertiva debido al cambio organizacional que trajo el COVID 19 con miras a determinar la importancia de idear e implementar estrategias que forjen una conciencia comunicacional. El mensaje ha cambiado su dinamismo y su forma de llegar a los demás, es preciso generar nuevas dinámicas y cambios asertivos para que el mensaje sea efectivo y logremos mantener el éxito y los objetivos planteados por la organización. En el marco de este estudio, se pudo precisar que el papel de los superiores se debe centrar en el desarrollo de las potencialidades de sus empleados, con el objetivo que su eficacia y eficiencia, dentro del “equipo” humano de la compañía, permita lograr propósitos comunes; en síntesis, la comunicación resulta ser ese proceso que contribuye directamente a forjar un preciso clima laboral que repercute exponencialmente en la productividad de toda la organización.

Palabras clave:

Comunicación estratégica, productividad, ambiente laboral.

Abstract:

This research is based on the interest in defining the impact on assertive communication due to the organizational change brought about by COVID 19 directed to determining the importance of creating and implementing strategies that can build a communication awareness. The message has changed its dynamism and its way of reaching others, it is necessary to generate new dynamics and assertive changes so that the message is effective, and we can maintain the success and the objectives set by the organization. In the framework of this study, it was possible to specify that the role of superiors should focus on the development of the

POLIANTEA

Vol. 16. No. 29. Año 2021 | Julio - diciembre de 2021 | ISSN 1794-3159 – E ISSN: 2145-3101

potential of their employees, with the aim that their effectiveness and efficiency, within the human “team” of the company, allow to achieve common purposes; In short, communication turns out to be that process that contributes directly to forging a precise work environment that has an exponential impact on the productivity of the entire organization.

Keywords:

Communication strategy, productivity, work environment.

Introducción.

Todos debemos comunicarnos pues la comunicación es un proceso inherente al hombre ya que estamos constantemente tratando de transmitir opiniones, ideas, sentimientos hacia los demás y recibiendo lo mismo de las otras personas, así, gradualmente vamos aprendiendo qué clase de efectos producirán nuestros mensajes en los receptores a quienes los dirigimos y al mismo tiempo adquirimos métodos para discernir de entre las comunicaciones recibidas de tal manera que seamos capaces de distinguir lo importante de lo accesorio así como lo solvente de lo insolvente al interior de las compañías sin olvidar las cuatro oficios primordiales dentro de una estructura como: inspección, estimulación, expresión emocional e información. Dentro de tal contexto, hoy las dinámicas han cambiado induciendo a la comunicación organizacional a un inevitable cambio en que ha tenido que reinventarse y apoyarse en las TIC (Plataformas digitales y canales virtuales de comunicación) para en pro del desarrollo y de la gestión que adelantan las organizaciones tanto para sus públicos tanto interno como externo si dejar de lado esos cuatro elementos esenciales arriba citados, es por esto, que dentro de ese proceso comunicacional enfocamos nuestro plan de mejora. Las instituciones beneficiadas de esta investigación son:

- Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano
- IKE Asistencia Colombia S.A.
- Instrumental Service Laboratorio SAS

- AA Metals S.A.S.

El objetivo principal de esta investigación es determinar el impacto en la comunicación asertiva debido al cambio Organizacional que trajo el COVID-19, y a su vez identificar los cambios que ha tenido la comunicación organizacional dentro de las empresas y los elementos que han impactado en mayor grado el cambio organizacional y de este modo, plantear estrategias de comunicación para el desarrollo del personal y cambio organizacional dentro las empresas.

Metodología.

La herramienta que se seleccionó para llevar a cabo la identificación del cuestionamiento arriba planteado en el diagnóstico fue la Matriz LOFA (Limitaciones, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas): Instrumento administrativo el cual ayuda a la elaboración de un diagnóstico real de una organización toda vez que permite responder cómo se encuentra la empresa y hacia dónde se dirige; en ese orden de ideas, una revisión cuidadosa de las matrices expuestas nos arrojó un resultado recurrente frente a la correlación entre la comunicación y la satisfacción de los colaboradores: a menos preguntas se infiere un grado alto de complacencia. Las distorsiones, ambigüedades e incongruencias incrementan la incertidumbre y, por tanto, tienen un impacto negativo sobre la satisfacción, desde tal hallazgo, podemos proponer cambios frente a la problemática identificada. En dicho contexto, nuestra línea de acción en psicología organizacional será desde el comportamiento y cambio organizacional encaminada a despejar nuestra inquietud al tratar de identificar cómo impacta a la comunicación organizacional el cambio organizacional que con ocasión de la pandemia se ha generado a nivel corporativo.

Con la herramienta utilizada, cada integrante del grupo implemento la matriz LOFA en la compañía en la cual se encuentran realizando

sus prácticas profesionales, para luego unificar toda esta información en una matriz general. Para llegar desarrollar cada matriz y conforme al contexto de cada uno (virtual/presencial) se hizo un sondeo al interior de las empresas a través de un diario de campo que se desarrolló por un periodo de dos días, del mismo se pudo extraer lo que en cada matriz se consigna.

Para definir que es comunicación, se presentan dos definiciones propuestas por expertos en la materia: Según Idalberto Chiavenato, la comunicación es “el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social” (Chiavenato, 2016). Para Lamb, Hair y McDaniel, la comunicación es “el proceso por el cual intercambiamos o compartimos significados mediante un conjunto común de símbolos”. (Thompson, 2006).

Ahora bien, se ha hablado mucho de comunicación organizacional, pero en la actualidad, dicho concepto ha tomado un nuevo significado en las empresas por la pandemia que vivimos actualmente. Es por ello por lo que el presente proyecto buscará fortalecer e implementar un modelo de comunicación que sea asertivo en una organización para que sus funcionarios no se sientan alejados de sus compañeros de trabajo y así generar sinergia entre los objetivos personales con la empresarial para lograr las metas que se propongan.

Para empezar, es importante tener un concepto claro la definición de ¿Qué es la comunicación organizacional o corporativa?, esta abarca el proceso de emisión y recepción de información para ejecutar actividades o procesos dentro o fuera de una organización, la cual permite a sus funcionarios conocer la cultura de la organización, fomentar interacción entre el personal y las diferentes áreas, reconocer el ambiente laboral y principalmente hace posibles equipos de trabajo con un excelente clima laboral.

La comunicación organizacional además de ser necesaria refoza un papel decisivo en

cualquier ámbito en el que se requiera de un flujo de información y en el que se necesite lograr objetivos globales, así, la comunicación *formal* se alinea con los niveles jerárquicos establecidos en la compañía y por lo general son medios oficiales para difundir sus comunicados. A contrario de la formal, la *informal* se da de manera espontánea entre sus funcionarios sin ningún tipo de jerarquía. (Enciclopedia Económica, 2018).

Podríamos decir que la comunicación organizacional, permite realizar cohesión entre objetivos, propósitos, creencias, opiniones del personal de quienes conforman una compañía y conectar al exterior para brindar a la sociedad un servicio. Es por esto por lo que el mensaje debe ser empático tanto interno como externo en una empresa para así tener éxito y no fracasar en las actividades que realiza.

Podemos definir el *cambio organizacional* como los proyectos o esquemas tradicionales para transformar la conducta del personal dentro de las organizaciones. Es decir, “adoptar ideas o conductas nuevas por parte de la empresa”, originado por factores internos o externos de las mismas. (Campo, 2017).

Hoy en día las organizaciones han adoptado la comunicación asertiva como un elemento fundamental que va de la mano hacia el éxito, tiene gran cobertura en los contextos discursivos que condicionan la forma y la interpretación de un mensaje y compagina con los contextos socioculturales, estos buscan el uso adecuado del lenguaje e instrumenta relaciones de poder y construcción organizacional. (Bronstrup, Godoi, & Ribeiro, 2013).

El obstáculo de la gran mayoría de organizaciones es que no le dan la suficiente importancia a lo que realmente significa la comunicación dentro de una empresa, la cual al gestionarla mejorará el desarrollo en agrupación de todos los departamentos de la compañía; en nuestro consolidado de información se ha comprobado que estos estudios se basan en varias ramas como son: la sociología, cultura, ciencias empresariales y otros muy arraigados a lo que

llamamos comunicación organizacional y se complementan hacia el espíritu empresarial, manejo de crisis, defunción institucional.

El crecimiento del modelo conceptual que comprende el análisis comparativo de las teorías clásicas y sistémicas (Valle, 2015), se consigna entonces que la comunicación como parte de estrategia incluye el desempeño comunicacional de la empresa durante todo el proceso productivo y esta debe ser suministrada entre otros seres humanos.

El autor (Nosnik, 2014) realiza importantes apreciaciones en el contexto presente, alude que la comunicación es un medio valioso que posee una organización para los cambios que puedan presentar como sistema, trabaja sobre la comunicación sistémica y enfatiza que la comunicación es importante para grandes y medianas empresas, se logra avanzar hacia esquemas de comunicación asertiva productiva y estratégica.

Asentamos nuestra indagación en una investigación explicativa-descriptiva comoquiera que pretendemos buscar las razones que nos conllevan a una mejor valorización con las cuales podremos entender tanto la causa como las consecuencias de esta nueva realidad a nivel comunicacional, ahora bien, es claro que cualquier investigación nace de ideas, independiente del prototipo que cimiente el estudio ni la orientación que se siga; así las cosas, la primera idea constituye ese acercamiento inicial a la realidad objetiva, es decir a la representación cuantitativa o bien, a la realidad subjetiva, es decir el aspecto cualitativo, de donde tenemos que el presente estudio se basa en un diseño metodológico mixto.

En el presente plan de mejora, la muestra seleccionada se centra en 19 colaboradores a saber: 9 hombres y 9 mujeres que se hallan en un rango de edad entre los 23 y 35 años los cuales llevan como mínimo un año de labor dentro de las empresas y un máximo de tres años; estos se

encuentran en los estratos 2 y 3 de nacionalidad colombiana, domiciliados en la ciudad de Bogotá; se desarrollan en distintas dependencias tanto del área administrativa como operativa de las compañías.

Esta pesquisa estará regida a la luz del prototipo empírico-analítico y se apunta en el arquetipo de escudriñamiento y bosquejo representativo; El instrumento para medir la variable independiente será una encuesta abierta conformada por 13 interrogantes los cuales tienen distintas posibilidades de respuesta; la aplicación en la que se trabajó dicha encuesta es Forms, será socializada a través de un link para su desarrollo (Anexo 3); la mismas se acompañara con el formato que se presenta en el aula dentro del módulo correspondiente al consentimiento informado el cual previamente cada encuestado leyó, aceptó y firmó, en este, queda claro que el propósito del presente es netamente académico.

A la luz de la Resolución 8430 de 1993, se explicó a Gerencia General y Gerente de Talento Humanos el tipo de estudio que se está realizando, definiendo que esta investigación no presenta riesgo a los participantes ni a la empresa, ya que no se realiza ningún tipo de intervención; se resolvieron las inquietudes que se presentaron y se dejó claro que se trata de un trabajo netamente académico en la disciplina de Psicología. De igual forma guiados por la Ley 1090 de 2006, y siguiendo el código Deontológico y bioético, se ha abordado esta investigación de forma ética y responsable a la luz de los artículos 10,15,16 y 23, posteriormente se realizó la firma del consentimiento informado, en el cual autoriza la participación del personal seleccionado para la encuesta.

Se proponen seis actividades encadenadas a los objetivos específicos planteados en este plan de mejora.

Tabla No. 1 Actividad 1.

ACTIVIDAD 1	
Nombre de la actividad	Equilibrando mi trabajo y mi vida.
Duración:	45 minutos
Objetivo:	Identificar las prioridades dedicando la cantidad de tiempo adecuado para sentirse realizado. Con miras a mantener equilibrio entre el trabajo y la vida
Material o Recursos:	Sesión Virtual: Computador con cámara, plataforma Zoom, presentación en power point con definición de comunicación, instrucciones de la dinámica y tips de cierre.
Actividad de inicio:	Bienvenida, presentación de cada colaborador (nombre y cargo) y corta explicación de comunicación.
Actividad central:	Aplicación de las siguientes preguntas a cada colaborador como dinámica grupal: ¿Tiempo laborado en la compañía? ¿Qué expectativas tenía al ingresar a la compañía? ¿Cuántas de estas expectativas ha logrado cumplir? ¿Siente una comunicación asertiva de manera constante por parte de la compañía? ¿Considera la comunicación como un aspecto importante para su crecimiento personal?
Actividad de cierre:	Concluyendo se realizará una retroalimentación enfocada en la importancia del equilibrio y el trabajo, es decir, ese conjunto de prioridades en constante cambio a través de los cuales se hace de imperiosa necesidad una comunicación clara, precisa y asertiva y se brindaran 3 tips como herramienta para el desarrollo de la comunicación, se agradece la asistencia a la sesión.
Evaluación de la sesión:	Envío de enlace para calificación de la sesión, tema, y capacitador.

Tabla No. 2 Actividad 2.

ACTIVIDAD 2	
Nombre de la actividad	Auditoria informal de seguridad emocional
Duración:	1 hora

Objetivo:	Establecer los niveles de bienestar dentro de la organización a nivel comunicacional.
Material o Recursos:	Sesión Virtual: Computador con cámara, plataforma Teams, presentación en power point con definición de comunicación e instrucciones de la dinámica, funciones del cargo en formato PDF.
Actividad de inicio:	Bienvenida, presentación de cada colaborador (nombre, cargo), pausa activa y explicación corta de comunicación asertiva.
Actividad central:	Se delegará a 4 colaboradores un cargo específico Por el chat privado se le adjuntará un PDF con las funciones de su cargo. Se planteará una situación donde se vean vulnerados los derechos del colaborador y las áreas no generen una respuesta pronta a la situación generando que el colaborador renuncie. Se solicitará a los colaboradores restantes su opinión frente a lo que se evidencio en el ejercicio y que aspectos se podrían mejorar aportando 2 ideas cada uno sin repetirlas.
Actividad de cierre:	Finalizando se hará una retroalimentación de manera reflexiva donde se busca que los colaboradores puedan evaluar como desde su cargo pueden ayudar al crecimiento del personal con una comunicación asertiva o por lo contrario hacen parte de los factores de desinformación de la compañía, se agradece la asistencia a la sesión.
Evaluación de la sesión:	Envío de enlace para calificación de la sesión, tema, y capacitador.

Tabla No. 3 Actividad 3.

ACTIVIDAD 3	
Nombre de la actividad	Líderes con agilidad emocional.
Duración:	1 hora

Objetivo:	Reconocer y responder apropiadamente a las emociones de los colaboradores sido capaz de ser flexible con las propias con miras a influir de manera más eficaz.
Material o Recursos:	o Sesión Virtual: Computador con cámara, plataforma Zoom, presentación en power point con definición de comunicación y tipos, e instrucciones de la dinámica, cada colaborador deberá tener papel y lápiz.
Actividad de inicio:	Bienvenida, presentación de cada colaborador (nombre, cargo), 2 juegos de gimnasia cerebral y explicación corta de comunicación asertiva.
Actividad central:	Se realizará una contextualización de los tipos de comunicación interna y externa (extrínseca, intrínseca). Cada colaborador deberá doblar su hoja en 4 partes. En las 2 primeras deberá poner 2 ejemplos de comunicación interna y 2 de comunicación externa. En las siguientes 2 partes deberá colocar 2 ejemplos de cada tipo de comunicación (extrínsecas/intrínsecas) que puede ayudar a los trabajadores desde el cargo que desempeña a obtener una comunicación asertiva en pro de los objetivos de la empresa.
Actividad de cierre:	A manera de cierre, haremos una retroalimentación en donde se busca generar a los colaboradores conciencia de la responsabilidad que cada uno tiene para fomentar una comunicación precisa desde su cargo, se agradece la asistencia a la sesión.
Evaluación de la sesión:	Envío de enlace para calificación de la sesión, tema, y capacitador.

Tabla No. 4 Actividad 4.

ACTIVIDAD 4	
Nombre de la actividad	Aprovechando la mente colectiva: "El Ahorcado"
Duración:	1 hora

Objetivo:	Aprovechar la mente colectiva a través del líder más efectivo para demostrar que se puede lograr más de lo que se podría lograr solo.
Material o Recursos:	o Sesión Virtual: Computador con cámara, plataforma Zoom, presentación en power point con definición de comunicación, e instrucciones de la dinámica.
Actividad de inicio:	Bienvenida, presentación de cada colaborador (nombre, cargo), 2 adivinanzas para fijar atención y explicación corta de comunicación asertiva.
Actividad central:	El capacitador dividirá al grupo en 4 equipos, y este será el encargado de mostrar las fichas del juego ahorcado. Cada grupo recibirá un cartón en formato PDF, por medio del chat. Por chat privado el grupo se comunicará para armar su estrategia para ganar. El capacitador empezara a sacar las fichas Cuando el equipo complete el total de las fichas de su cartón deberán gritar "AHORCADO" El premio será reconocimiento al equipo ganador. Nota: El capacitador debe estar completa de primero el "ahorcado" si el equipo no lo grita se debe realizar una retroalimentación inmediata.
Actividad de cierre:	Finalmente, se transmitirá una retroalimentación reflexiva enfocada en la comunicación que trasmite el líder para que su equipo se comprometa y puedan alcanzar la meta y mantenerse unidos, se destacara en la misma la importancia de manifestar explícitamente al equipo, cuándo se espera su colaboración destacando además como se puede encontrar una forma clara a través de la comunicación para demostrar las contribuciones de cada equipo, por último, se agradece la asistencia a la sesión.
Evaluación de la sesión:	Envío de enlace para calificación de la sesión, tema, y capacitador.

Tabla No. 5 Actividad 5.

ACTIVIDAD 5	
Nombre de la actividad	Funcionando en pares naturalmente: rumor productivo
Duración:	1 hora
Objetivo:	Mostrar que, en todo momento, un miembro del personal que está colaborando con el otro trae como beneficio añadido la creación de un rumor productivo en la compañía.
Material o Recursos:	Sesión Virtual: Computador con cámara, plataforma Teams, presentación en power point con definición de motivación, e instrucciones de la dinámica, cada colaborador deberá tener papel y lápiz.
Actividad de inicio:	Bienvenida, presentación de cada colaborador (nombre, cargo), 2 juegos de gimnasia cerebral y explicación corta de comunicación.
Actividad central:	Se informará a los colaboradores que deberán pensar en un plan donde contarán como harían para que un equipo que tiene malas relaciones interpersonales logre unirse como amigos y se indicará que de ese plan depende su ascenso ya sea como gerente o coordinador. Entre el grupo elegirán las 2 personas ascendidas Quien de la idea más innovadora será ascendido a Gerente. Quien sea más creativo será ascendido a Coordinador.
Actividad de cierre:	Culminando efectuaremos una retroalimentación enfocada en la importancia de la comunicación asertiva máxime cuando se trabaja en pares de forma natural, resaltando que esta esto permite que los problemas sean identificados de manera más rápida debido a que hay dos pares de ojos al tanto de la comunicación la cual permitirá evitar la <i>cultura de culpar a otro</i> , de igual manera admite idear una estrategia que ponga al equipo a la vanguardia frente a los cambios reduciendo el tiempo de adaptación a los mismo, por último, se agradece la asistencia a la sesión.

Evaluación de la sesión: Envío de enlace para calificación de la sesión, tema, y capacitador.

Tabla No. 6 Actividad 6.

ACTIVIDAD 6	
Nombre de la actividad	Somos un equipo generador de soluciones
Duración:	1 hora
Objetivo:	Reconocer actitudes y comportamientos del colaborador que afectan su comunicación con repercusiones en la productividad, en el crecimiento personal, en el trabajo en equipo dentro de la compañía.
Material o Recursos:	Sesión Virtual: Computador con cámara, plataforma Teams, presentación en power point con definición de motivación, e instrucciones de la dinámica, cada colaborador deberá tener papel y lápiz.
Actividad de inicio:	Bienvenida, presentación de cada colaborador (nombre, cargo), pausa activa y explicación corta de comunicación.
Actividad central:	Se pedirá a los colaboradores que parta su hoja en 2 partes "Mis actitudes en el trabajo" – "Comunicación en el trabajo". En la 1 parte el colaborador diligenciará 10 actitudes frecuentes en el ámbito laboral. En la 2 parte el colaborador diligenciará 10 aspectos de cómo es la comunicación dentro de su equipo de trabajo. Se socializará con el grupo y se destacaran aspectos positivos y negativos dando 1 idea de cómo mejorar algún aspecto negativo. Entre todos generaremos una solución la cual se implementará de manera colectiva
Actividad de cierre:	Para sintetizar, se realizará una retroalimentación enfocada en como las comunicaciones negativas pueden llegar a ser un factor de bajo nivel de motivación y participación dentro del equipo de trabajo, se destacará la importancia del trabajo en equipo el cual elimina las barreras psicológicas para la colaboración permitiendo abrir canales de comunicación asertivos haciendo de esta praxis algo natural que fluye de

manera espontánea en la jornada laboral, por último, se agradece la asistencia a la sesión.

Evaluación de la sesión: Envío de enlace para calificación de la sesión, tema, y capacitador.

Resultados.

Cuantitativamente podemos determinar que las empresas hoy hacen su mejor esfuerzo por crear un ambiente que incita a la productividad sin dejar de lado el bienestar del personal, resaltan indicadores como los arrojados en la pregunta 10 nos muestra que de los 19 encuestados, 17 personas respondieron SI y 2 respondieron NO, a nivel porcentual, tenemos que un 89.5% consideran que si se ha tenido la capacidad suficiente para asumir los cambios sin que se haya alterado la cadena, pues a pesar del factor sorpresa que trajo consigo el COVID 19 esto es, inducirnos a nuevas formas de comunicación que antes se tenían de manera eventual (pues la virtualidad se daba por ejemplo si gerencia estaba de viaje y requería de algún comunicado extraordinario) se pasó a hacer de la misma la única forma de seguir comunicándonos para continuar con la operación de las empresas; ahora la gráfica que corresponde a la pregunta 12 donde se indaga por el cumplimiento de objetivos y de producción durante lo que ha transcurrido de la pandemia vemos que 13 personas están de acuerdo y 6 están parcialmente de acuerdo lo que implica que en un 68.4% están totalmente de acuerdo y un 31.6% está parcialmente de acuerdo, estos últimos de hecho son las personas que han manifestado que el no estar totalmente de acuerdo se debe a que consideran que el trabajo desde casa les ha resultado más absorbente que cuando están en sus dependencias pues estar conectados toda la jornada en su sentir es como “si su jefe estuviera todo el día junto a ellos” situación que no les ha permitido ser tan productivos y no se han cumplido los objetivos.

Al preguntar si existe una buena comunicación organizacional dentro de la compañía en la pregunta 13 tuvimos a 5 personas que consideran que ha sido excelente, 11 la consideran buena y 3 regular, de los 19 encuestados tenemos entonces un 26.35% consideran que la comunicación organizacional es excelente al interior de las compañías, 11 personas que corresponden al 57.8% consideran que ha sido buena y 3 personas que corresponden al 15.9% mencionan que es regular; en la pregunta 14, es decir cuando se solicita que se califique la encuesta, una persona nos da la calificación de 3 para un porcentaje de 5.26%, 11 nos califican con 4 para un 57.9% y 7 nos dan calificación de 5 para un 36.84%

Esos porcentajes se toman de un total de 19 muestras siendo la totalidad de las 4 empresas, la sumatoria de los porcentajes nos da ese 100% de los encuestados, lo desarrollamos asumiendo que el 19% es el 100% y de ahí se calculó el porcentaje de las respuestas obtenidas (Adjunto: Anexo 6).

Cualitativamente en términos generales encontramos que se considera que se han optimizado canales de comunicación para dar respuestas inmediatas a los procesos, se piensa que la comunicación ha sido asertiva toda vez que se le ha sumado importancia comoquiera que debido a la emergencia sanitaria se han mantenido lazos con las empresas generando una comunicación interna más eficaz, hay distinción entre *adaptación* entendida como capacidad para asumir los cambios sin que esto afecte el alcance de los objetivos que se han propuesto con antelación y *cambio* entendido como esa transición de un estado inicial a otro diferente, según se refiere a un individuo, objeto o situación. (B, 2016).

Finalmente se plantea como recomendaciones 1. Crear o fortalecer los canales por el cual la compañía y los funcionarios puedan tener contacto. 2. Conocer las opiniones y sugerencias que los trabajadores puedan tener para así dirigir y recibir de manera efectiva la información. 3. Se requiere fortalecer la comunicación entre las organizaciones y sus funcionarios ya que, por la virtualidad, se limita la difusión con claridad de la información, y para ello es necesario el acceso de esta para todos, sin importar sus cargos para si estar alineados con los

objetivos y metas. 4. Se puede implementar el programa CO con el cual los administradores identifican comportamientos del empleado relacionados con el desempeño y después implementan una estrategia de intervención que fortalece los comportamientos deseables para el desempeño y debilitan los indeseables. 5. En la virtualidad es de suma importancia el manejo de la conducta no verbal, esto es mantener sonrisa telefónica, gestos firmes, postura erguida, manos sueltas. 6. Para la conducta verbal no se debe olvidar las frases como “pienso que...”, “siento que...”, “hagamos...” 7. En la conducta paraverbal es de imperiosa necesidad regular la voz, hablar de manera fluida, respetar los silencios, buscar una entonación agradable. 8. El mensaje siempre deberá ser claro, explícito, directo y franco. 9. Se deben desarrollar técnicas de trabajo en casa como empezar temprano como si fuéramos a ir a la oficina. 10. Organizar el día como lo haríamos presencial en nuestra oficina. 11. Buscar o acondicionar un espacio adecuado. 12. Crear una política de “Home Office”.

Referencias.

- B, B. G. (2016). Responsabilidad Social Corporativa: Ded concepto abstracto a elemento clave en la estrategia empresarial. *POLIANTEA*, Volumen 12. Numero 22 (2016).
- Bronstrup, C., Godoi, E., & Ribeiro, A. (2013). *Comunicación, Lenguaje y comunicación Organizacional*.
- Campo, C. H. (julio de 2017). *Researchgate*. Obtenido de Researchgate. Obtenido de https://researchgate.net/publication/327562389_CAMBIO-
- Chiavenato, I. (2016). *Planeación estratégica - Fundamentos y aplicaciones*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Condor, C. (2018). *La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público*.
- Enciclopedia Económica*. (2018). Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/comunicacion-organizacional/>
- Forero, C. P. (2011). *Estado del arte de la nueva comunicación estratégica en Iberoamérica y Colombia*. Signo y Pensamiento. Vol.XXXI. No. 59. Págs.234-346 Redaly.
- Guzmán, V. P. (2012). *Comunicación Organizacional*. Red Tercer Milenio.
- Nosnik, A. (2014). Teoría de la comunicación productiva. *Razon y palabra*, 6-42. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3990506>
- Pamela Alejandra Maldonado Campos, P. P. (2008). *Tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2008/maldonado_p/sources/maldonado_p.pdf*. Obtenido de http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2008/maldonado_p/sources/maldonado_p.pdf
- Thompson, I. (octubre de 2006). *Promonegocios.net*.
- En L. Charles, *Marketing* (pág. 484). International Thomson Editores. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html#notas>
- Valle, M. M. (2015). INVESTIGACION EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL. *Luciernaga*, 55-65. Obtenido de <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/1uc/article/view/741/645>