

**COMUNICACIÓN ASERTIVA DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN EL
SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA.**

NOMBRE ESTUDIANTE
WILSON NICOLÁS QUINTERO RONDÓN
CÓDIGO ESTUDIANTEL: 0106052



UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.

AÑO 2022

**COMUNICACIÓN ASERTIVA DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID 19 EN EL
SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN COLOMBIA.**

NOMBRE ESTUDIANTE
WILSON NICOLÁS QUINTERO RONDÓN
CÓDIGO ESTUDIANTEL: 0106052



MONOGRAFÍA PARA OPTAR EL TÍTULO DE
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

ASESOR

PROF. JAIRO ANDRÉS VILLALBA GÓMEZ

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C

AÑO 2022

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primero a Dios que ha sido el que me ha otorgado sabiduría y fuerzas para lograr sacar adelante este proyecto. Agradezco a mis compañeros, profesores y directivos de la Universidad que me apoyaron y estuvieron en todo mi proceso de aprendizaje y me orientaron para poder terminar la monografía. A mis padres por haber estado en todo momento a mi lado, brindarme su atención, su amor, su apoyo y enseñarme a ser una persona llena de valores; gracias al ejemplo que me han dado he visto reflejo de esfuerzo, trabajo y perseverancia que tomaré para mi vida. Por último, pero no menos importante, a todas las personas que estuvieron a mi lado y me aportaron de alguna manera su conocimiento y experiencia para este proyecto. ¡Muchas gracias a todos!

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	9
PALABRAS CLAVES.....	10
ABSTRACT	11
KEYWORDS	12
INTRODUCCIÓN	13
1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	14
1.1 Pregunta de investigación y planteamiento del problema.....	14
1.2 Justificación de la investigación a raíz del problema identificado.....	15
2 OBJETIVOS.....	20
2.1 Objetivo General	20
2.2 Objetivos Específicos	20
3 MARCO DE REFERENCIA.....	21
3.1 Marco teórico	21
4 METODOLOGÍA EMPLEADA	23
4.1 ENCUESTAS.....	26
5 PROPUESTA ARTICULADORA DE LA COMUNICACIÓN.....	31
5.1 TALLERES.....	32

5.2	CURSOS DE MANEJO DE PLATAFORMAS	34
6	PLAN DE ACCIÓN.....	35
7	CONCLUSIONES.....	38
8	RESULTADOS Y RECOMENDACIONES.....	39
9	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	40

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 117

Ilustración 2.....18

Ilustración 327

Ilustración 428

Ilustración 528

Ilustración 629

Ilustración 729

Ilustración 830

Ilustración 930

Ilustración 1031

Ilustración 1137

Ilustración 1237

RESUMEN

Debido a una cepa mutante de Coronavirus (SARS-CoV-2), popularmente conocida como Covid-19, trajo consigo una crisis económica, social y política inusual. Durante el año 2020, 2021 y parte del 2022, se vieron afectados varios factores del sector de la construcción, conectando problemas laborales y económicos.

A su vez, desde ese entonces, hay un replanteamiento en la comunicación asertiva por parte de las compañías, enfrentando un reto arduo para que la comunicación entre funcionarios no ocasione el afecto de objetivos trazados y fallos repetitivos que provoquen una caída empresarial.

La pregunta es: ¿Se ha hecho bien este proceso? Por tal motivo se emprendió esta investigación, con el fin de identificar el comportamiento que ha tenido el sector de la construcción en Colombia frente a la comunicación asertiva en medio de esta problemática presentada. Para estudiar el caso, se puso a colación el análisis comparativo de las siguientes constructoras: Consucasa, Amarilo y Bolívar.

Para tener un pleno resultado, se realizó una revisión teórica sobre la situación, identificando al mismo tiempo cuáles fueron las áreas más afectadas de las organizaciones anteriormente mencionadas por el confinamiento, utilizando como herramienta principal las encuestas dirigidas al personal de turno. Se encontró que, para el manejo de la crisis, las organizaciones tuvieron que sí o sí controlar la situación con planes estratégicos que les permitiera seguir con los procesos normales y no llegar al estancamiento. En dichos planes, la comunicación asertiva entre funcionarios se tuvo que manejar con medios particulares, como el internet, la telefonía, entre otros componentes, buscando que el mensaje no se vea afectado hasta llegar al consumidor final.

Es ahí cuando se empieza a realizar la proyección de estudio, teniendo ese interés de comprender si, para el administrador de empresas y estas compañías de renombre, tienen como punto fundamental la comunicación sana, es decir, que sean conscientes de la situación para que los empleados puedan llevar a cabo sus funciones sin tener afectaciones.

Cabe mencionar nuevamente que, para no entrar en datos falsos o difíciles de creer, se realizaron encuestas presenciales a los funcionarios de las 3 empresas del presente estudio, donde se formuló diferentes preguntas conforme al manejo que se le dio a la comunicación asertiva en las distintas áreas de la organización. Luego, se tabuló los resultados obtenidos para poder llegar a la solución propuesta que les dio cada empresa a los prestadores de servicios.

En definitiva, este análisis comparativo sirvió demasiado para definir que: las opiniones de los funcionarios para mejorar fueron tenidas en cuenta para algunas compañías, para otras no; las retroalimentaciones y las nuevas indicaciones para operar se dieron a conocer; la virtualidad fue un arma letal para enfrentar los líos generados por la crisis; la presencialidad tuvo un pare, pero poco a poco se ha ido retomando; y, por supuesto, el contacto entre superiores y empleados subió más de lo normal, entendible para mantener una comunicación sólida.

PALABRAS CLAVES

Comunicación asertiva, pandemia, constructoras, comportamiento, funcionarios, empresas, habilidades.

ABSTRACT

Due to a mutant strain of Coronavirus (SARS-CoV-2), popularly known as Covid-19, brought about an unusual economic, social and political crisis. During 2020, 2021 and part of 2022, several factors in the construction sector were affected, connecting labor and economic problems.

At the same time, since then, there has been a rethinking of assertive communication by companies, facing an arduous challenge so that communication between employees does not cause the affection of objectives and repetitive failures that cause a business downfall.

The question is: Has this process been done well? For this reason, this research was undertaken in order to identify the behavior of the construction sector in Colombia regarding assertive communication in the midst of this problem. In order to study the case, a comparative analysis of the following construction companies was made: Consucasa, Amarilo and Bolivar.

In order to have a full result, a theoretical review of the situation was carried out, identifying at the same time which were the most affected areas of the above mentioned organizations by the confinement, using as main tool the surveys directed to the shift personnel. It was found that, in order to manage the crisis, the organizations had to control the situation with strategic plans that would allow them to continue with normal processes and not reach stagnation. In these plans, assertive communication between employees had to be handled with particular means, such as the Internet, telephony, among other components, so that the message would not be affected until it reached the end consumer.

It is there when the study projection begins to be made, having that interest to understand if, for the business administrator and these renowned companies, they have as a fundamental point the

healthy communication, that is to say, that they are aware of the situation so that the employees can carry out their functions without having affectations.

It is worth mentioning again that, in order not to enter into false or difficult to believe data, face-to-face surveys were made to the employees of the 3 companies of the present study, where different questions were asked according to the management of assertive communication in the different areas of the organization. Then, the results obtained were tabulated in order to arrive at the proposed solution given by each company to the service providers.

In short, this comparative analysis served too much to define that: the opinions of the employees to improve were taken into account for some companies, but not for others; the feedback and the new indications to operate were made known; virtuality was a lethal weapon to face the mess generated by the crisis; the presentiality had a stop, but little by little it has been retaking; and, of course, the contact between superiors and employees went up more than normal, understandable to maintain a solid communication.

KEYWORDS

Assertive communication, pandemic, construction companies, behavior, officials, companies, skills.

INTRODUCCIÓN

En el presente proyecto se realiza una investigación a 3 empresas constructoras nacionales, donde analizaremos la situación y los conflictos de la comunicación asertiva durante la pandemia del COVID- 19, se recolecta información y opiniones directas de empleados que trabajan en estas organizaciones por medio de encuestas y entrevistas, con los resultados analizaremos factores positivos y negativos que tuvieron a lo largo de las comunicaciones internas y externas de las empresas y así poder saber la problemática exacta que tuvieron y la solución que aplicaron.

La comunicación asertiva es fundamental para el buen funcionamiento de las empresas y nos ayuda a lograr resultados positivos cuando nos enfrentamos a problemas o situaciones cotidianas. Teniendo en cuenta lo anterior, la mano de obra o el capital humano en las organizaciones es un pilar irremplazable, ya que al tener una conversación activa podemos transmitir de forma clara, las ideas y opiniones ante los demás y llegar a mejorar las relaciones interpersonales a favor de los objetivos empresariales.

En las empresas, los trabajadores tienen distintos niveles de confianza en sí mismos, por lo que muestran sus emociones y pensamientos de diferentes maneras. El lenguaje que usan para poder comunicarse, ya de forma verbal directa o indirecta, es característico de cada funcionario y lo que ha aprendido a través de la sociedad. Para poder tener una buena relación laboral y optimizar las funciones, las empresas deben tener en cuenta a personas que sepan relacionarse en cualquier entorno y manejen una comunicación asertiva de forma estable.

En la actualidad, el estudio de la comunicación asertiva a nivel analítico es un campo poco explorado estratégicamente. Eso nos lleva a un desconocimiento del estado-relación entre funcionarios y directivos en las constructoras más influyentes del país, sin llegar a una respuesta definitiva del tema.

Por eso, esto nos ha llevado a una reflexión necesaria por medio de las investigaciones para proponer nuevas alternativas para mejorar la comunicación antes de llegar a una caída empresarial.

En el nuevo contexto laboral, tras la pandemia ocasionada, la relación laboral ha dejado de ser un tema poco irrelevante. Por medio de equipos organizados, su estudio, enseñanza y evaluación se califica como oportuna para buscar el bien de la empresa, aprovechando los avances tecnológicos para que no se corten dichas comunicaciones. De seguir en la misma línea, las constructoras se determinarían muy interesantes en dicho aspecto, sin embargo, aparecen interrogantes como ¿lo están haciendo bien? ¿Tienen un plan? ¿Tienen una estrategia planteada? ¿Todas se preocupan o solo algunas?

Esto obliga a hacer una proyección de investigación para encontrar los beneficios de este proceso, buscar qué hace falta por mejorar y tener en cuenta qué se está realizando bien para que otras empresas puedan replicarlo.

1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Pregunta de investigación y planteamiento del problema.

Pregunta de investigación:

¿Cómo ha sido el comportamiento que ha tenido el sector de la construcción en Colombia, frente a la comunicación asertiva en tiempos de COVID-19?

Planteamiento del problema:

El Covid-19, producido por una cepa mutante de Coronavirus (el SARS-CoV-2), ha generado en todo el mundo, durante el año 2020 y 2021, una severa crisis económica, social y de salud,

nunca antes vista. A raíz de esto se produjo una pandemia que afectó indiscutiblemente el sector de la construcción, adoptando una nueva realidad social, económica y laboral, esto ha causado diversos comportamientos en las organizaciones y a su vez, en la comunicación asertiva, ya que ha tenido cambios derivados por la pandemia, pues la manera de comunicarse con los funcionarios que han estado alejados de su entorno laboral, hace que ocasione una baja sinergia que disminuye los objetivos personales y metas empresariales.

Uno de los retos que tuvo el sector de la construcción fue frenar la desinformación que hubo en los procesos laborales, lo cual causaba aspectos negativos y desbalances en los progresos y entregas que se tenían planeados y así afectando los resultados finales, de modo que mejorar la comunicación asertiva con los trabajadores se convirtió en una de las prioridades más importantes a solucionar.

1.2 Justificación de la investigación a raíz del problema identificado.

Las organizaciones tuvieron que dirigir y controlar la crisis económica generada por la pandemia, gracias a esto se identificó y se aceleró un plan de mejora para seguir funcionando y no estancarse o entrar en recesión, por ende, la comunicación asertiva con aquellos funcionarios que no podían estar físicamente en el lugar de trabajo, se tuvo que manejar con medios existentes como el internet o la telefonía y así poder llegar al consumidor final. Para las organizaciones como son las constructoras, es necesario que el administrador de empresas entienda y conozca que es una comunicación asertiva y la aplique dentro del entorno de la empresa y sus funcionarios. Es preciso comprender que el COVID 19 nos ha traído varias formas para comunicarnos a distancia, siendo la virtualidad la más usada, forma que solamente se usaba ocasionalmente y dependiendo la situación. Esta al ser la única forma de continuar las operaciones empresariales, produce un cambio organizacional; es

importante recalcar que la comunicación asertiva no es una característica de la personalidad humana, sino del comportamiento, por lo que puede ser vista como una habilidad que es utilizada para mejorar las relaciones interpersonales y sociolaborales.

Las empresas de estudio como son Constructora Consucasa, Amarilo y Bolívar, a pesar de haber tenido que parar tantos procesos y tener la dificultad de una pandemia, tuvieron que salir adelante y manejar la situación que se hacía cada vez más inestable, esta problemática no solo tomaba a las organizaciones sino también a las personas de estas mismas, afectado temas sociales, laborales, económicos y generando incertidumbre a nivel nacional. Se debió haber aplicado ciertas estrategias en la comunicación asertiva de cada empresa para así poder retomar los departamentos que estuvieran en pausa y que la pandemia no siguiera generando retrasos y pérdidas. Fue necesario que el estado realizara una de las primeras activaciones con el sector de la construcción, ya que es uno de los más importantes dentro de la economía del país.

La estructura que manejo cada constructora del presente estudio fue muy importante para así poder aplicar ciertas soluciones que ayudarán a mejorar el funcionamiento de las actividades, a continuación, revisamos los organigramas de las 3 constructoras.

Organigrama Constructora Consucasa

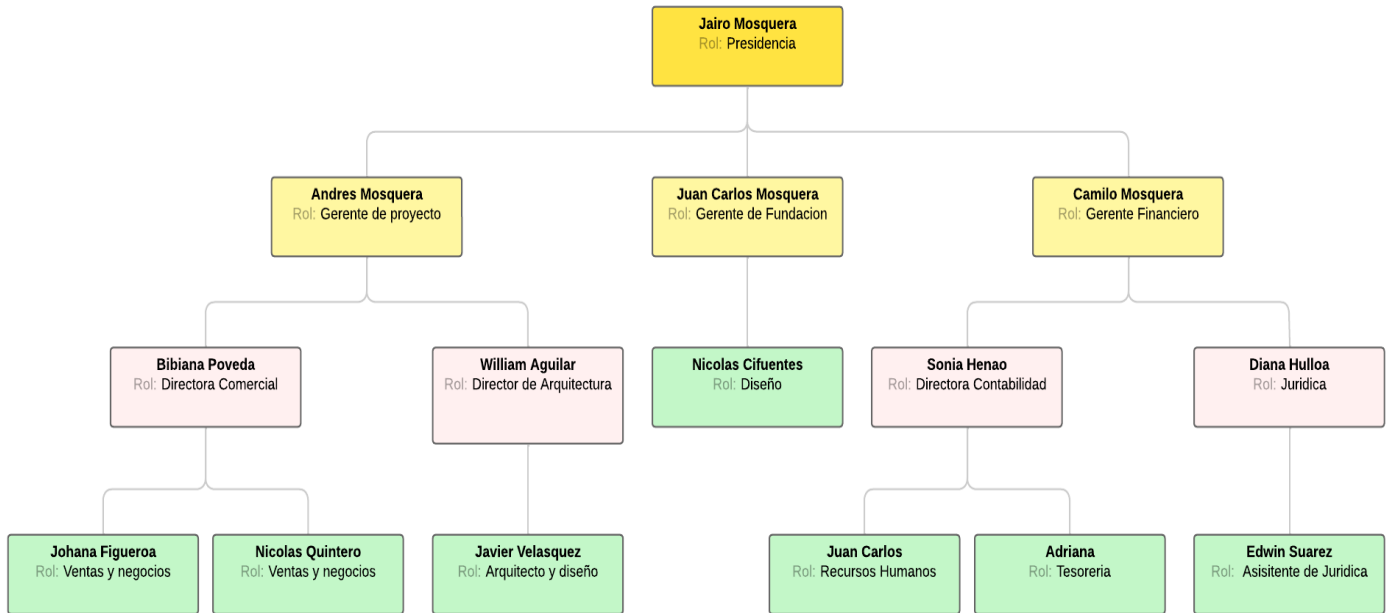


Ilustración 1

La constructora Consucasa maneja un organigrama matriarcal, en este tipo de organización, los miembros del equipo (ya sean externos o internos) informan a los directores de proyecto y jefes de departamento.

Fuente: Constructora Consucasa

Organigrama Constructora Amarilo



Ilustración 2

La constructora Amarilo maneja un organigrama de manera Vertical. Se basa en una jerarquía piramidal con responsabilidades en la parte superior. A medida que avanza en la cadena en cada área funcional, el nivel de autoridad y responsabilidad disminuye.

Fuente: Constructora Amarilo

Organigrama Constructora Bolívar.

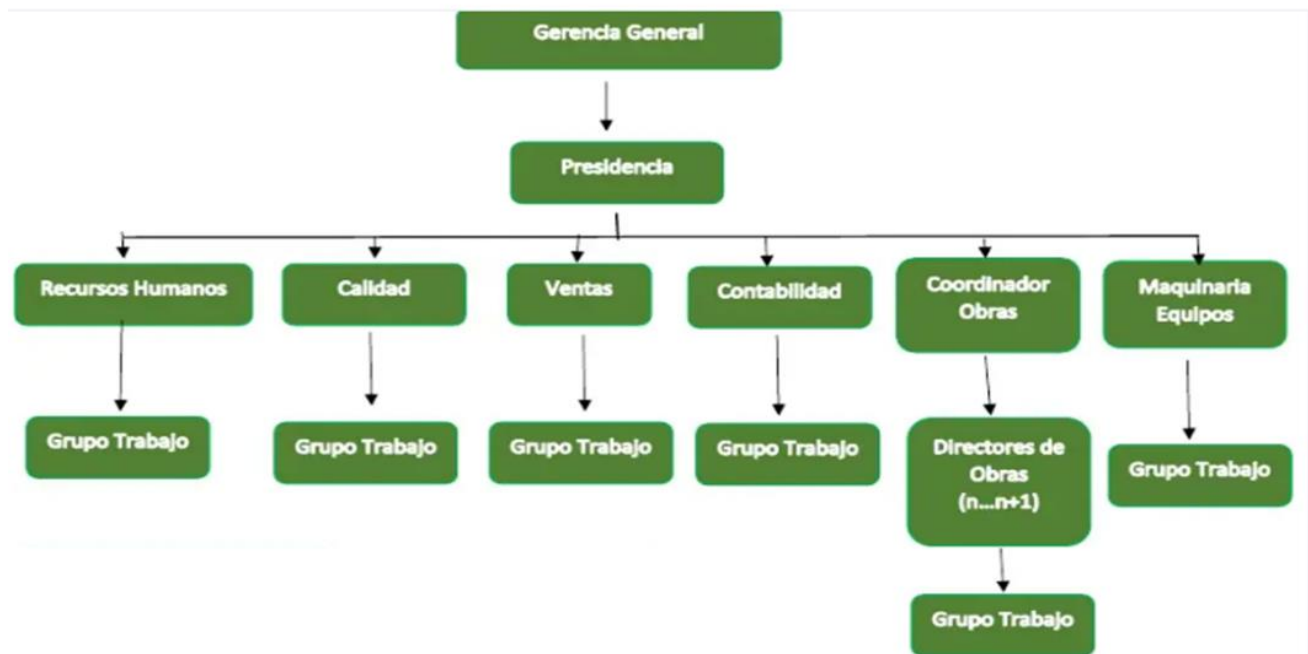


Ilustración 3

Organigrama matriarcal, en este tipo de organización, los miembros del equipo (ya sean externos o internos) informan a los directores de proyecto y jefes de departamento.

Fuente: Constructora Bolívar

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Identificar el comportamiento que ha tenido el sector de la construcción en Colombia, frente a la comunicación asertiva, debido al cambio organizacional que trajo el COVID- 19. Estudio de caso de las empresas Constructoras Consucasa, Amarilo y Bolívar.

2.2 Objetivos Específicos

- Caracterizar los principales problemas de comunicación que tuvieron las personas que trabajaban en el sector de la construcción y en particular las empresas de estudio de caso.
- Analizar la información de 3 constructoras colombianas escogidas sobre la situación y solución que aplicaron frente a la comunicación asertiva durante la pandemia.
- Identificar cuál fue la forma de comunicación relevante para las constructoras en el entorno laboral.

3 MARCO DE REFERENCIA

3.1 Marco teórico

Para el presente estudio es necesario que abordemos desde el inicio el concepto de comunicación asertiva, nombre que le dio Joseph Wolpe y Richard Lazarus en 1958. Desde un inicio, los seres humanos siempre hemos tenido la necesidad de comunicarnos de diferentes maneras para poder contar con criterio propio y evolucionar de manera interpersonal, según el aporte de (Casadiego C., 2015, pág. 24) nos habla que la comunicación asertiva es una habilidad social donde podemos relacionarnos de manera eficiente y con expresión consciente y por la cual podemos manifestar opiniones, sentimientos e ideas, de manera muy clara, directa, respetuosa y teniendo autoconfianza en sí mismo. Este concepto nos da una clara explicación de por qué el hombre para su evolución fue necesario contar con relaciones comunicativas ya que para su desarrollo también necesita ser un ser cultural.

A raíz de esto podemos darnos cuenta que la comunicación nace a partir del hombre y su necesidad de crecer y desarrollarse como persona, debido a esto es que el pilar más importante de las organizaciones es su capital humano y se considera que en diferentes áreas de trabajo se desarrolle la comunicación como signo de rendimiento laboral y profesional según Gómez, F. S. J (2016) “La comunicación nos ayuda a aumentar nuestro liderazgo. Generalmente las personas asertivas tienden a tomar decisiones y guiar a otros de manera mucho más sencilla que quienes no cuentan con este rasgo” Teniendo en cuenta lo anterior podemos evidenciar que las organizaciones para poder cumplir con un eficiente entorno social y laboral deben promover la comunicación de manera asertiva en todos sus departamentos o áreas de la organización.

Según Garcia (2006). La búsqueda de formas de organización que hagan posible el trabajo

interdisciplinario surge, sin duda, como reacción contra la excesiva especialización que prevalece en el desarrollo de la ciencia contemporánea, pero no consideramos que sea ése un punto de partida adecuado. En este orden de ideas podemos indicar que la relación con los funcionarios es un tema muy importante para las empresas y la construcción de estas mismas, la buena comunicación se debe ajustar a todo el personal, así beneficiando a estos de un clima y entorno organizacional agradable.

Un factor a tener en cuenta es la comunicación organizacional Según Arce (2017) nos indica que “El clima organizacional es la percepción que tienen los miembros de una organización de su funcionamiento estructural y dinámico, esta percepción influye en los niveles de satisfacción y motivación en la disposición a permanecer en la organización y en el desempeño del personal” Esto siempre se ha manejado dentro de la empresa, pero en una estructura donde se requiere trabajo remoto en muchas áreas y el objetivo principal es poder comunicarse, se ha convertido en un desafío enfocarse en las metas y objetivos comerciales.

A raíz de esto se vuelve indispensable mejorar la comunicación asertiva, según (Monje V., 2009) afirma “ la asertividad significa tener la habilidad para transmitir los mensajes en sentimientos, creencias u opiniones propias o a demás de una manera honesta, profundamente respetuosa, cuya meta fundamental es lograr la comunicación satisfactoria hasta donde el proceso de la relación humana lo haga necesario. Pág. (7)

Por su parte, (Pereira, 2008) en el artículo “relaciones interpersonales adecuadas mediante una comunicación y conductas asertivas indica que la comunicación, es una habilidad social que puede desarrollarse con el fin de mejorar la relación con uno mismo y con los demás” Pág. (14) Entonces nos damos cuenta que la comunicación inicia con la relación de uno mismo con los demás, es claro que las empresas también deben relacionar esta comunicación asertiva directamente con los funcionarios, según

Rengifo (2014) la comunicación asertiva debe ser identificada por las directivas para alcanzar un acercamiento de manera positiva y eficaz con los colaboradores; potencializando las habilidades y destrezas de cada uno de ellos, creando un enfoque al logro.

4 METODOLOGÍA EMPLEADA

En el desarrollo del presente documento se realizó una revisión teórica sobre la situación que paso en el sector de la construcción basándonos principalmente en 3 empresas como son Constructora Bolívar, Amarilo y Consucasa, se requiere identificar qué áreas de la organización fueron los más afectados referente a la comunicacion asertiva por el confinamiento de la pandemia, la información primaria será obtenida por medio de encuestas que se le hará al personal de cada empresa, esto con el fin de saber el problema y la postura que tomo cada constructora frente a la situación.

se ha realizado un análisis comparativo de las 3 organizaciones seleccionadas para el desarrollo del presente documento, y se analizara que metodologías aplicaron en diferentes areas durante la pandemia del COVID 19.

DESCRIPCIÓN	CONSTRUCTORA CONSUCASA	CONSTRUCTORA AMARILO	CONSTRUCTORA BOLIVAR
Forma de trabajo.	El trabajo administrativo paso netamente de presencial a manera remota.	El trabajo se realizó de forma remota y presencial, dependiendo del área.	Trabajo mixto ya que tenía 2.112 de sus 3.086 colaboradores trabajando desde su casa.
Estabilidad económica.	Se brindó apoyo económico y laboral a todos sus trabajadores.	Apoyo económicamente a todos sus empleados durante el tiempo de pandemia.	Se generó estabilidad laboral, con ingresos a funcionarios y sin despidos sin justa causa.
Control y protocolos	La empresa realizo pruebas COVID internas para poder llevar un mejor control, Por medio de recursos humanos se realizó un monitoreo diario a todos los trabajadores, usando la app del ministerio de	Se socializaron los protocolos de bioseguridad en la compañía, así como asegurar un retorno seguro y confiable a los sitios de trabajo habituales. Se conformó un equipo	Por medio de cursos virtuales, dieron una capacitación sobre bioseguridad y prevención en las cuales participaron el 100% de sus funcionarios.

Ilustración 4

	salud y planillas diarias de reporte.	interdisciplinario para atender de manera preventiva los seguimientos a los casos de COVID 19.	
Transformación del proceso de comunicación	La compra de vivienda y comercialización de estas mismas se realizó de forma virtual, donde no se tuvo contacto presencial con el cliente.	Para el cliente se manejó de forma parcial tanto de manera remota como presencial los procesos de compra, firmas y legalización.	Experiencia de compra de vivienda ya que el cliente podría escoger, separar, legalizar y recibir una vivienda de manera digital.

Para esto realizamos inicialmente encuestas presenciales a los funcionarios de las 3 empresas del presente estudio, donde se formuló diferentes preguntas conforme al manejo que se le dio a la comunicación asertiva en las distintas areas de la organización. luego tabulamos los resultados obtenidos para poder llegar a la solución propuesta que le dio cada empresa a sus funcionarios.

A continuación, las estadísticas de las encuestas realizadas. (Encuestas se encuentran anexadas en un archivo diferente al presente).

4.1 ENCUESTAS

1. ¿Los comentarios o sugerencias que aportó a la empresa durante la pandemia fueron tomados en cuenta?

10 respuestas

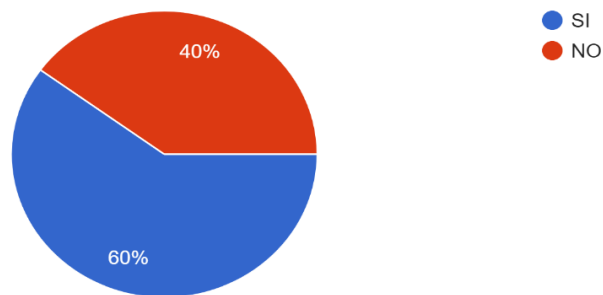


Ilustración 5

Análisis: Es una respuesta mixta, ya que varios colaboradores indicaron que sus opiniones si habían sido tenidas en cuenta (60%), pero hubo otros funcionarios a los que no fue así (40%)

1A. ¿Los comentarios o sugerencias que aportó a la empresa durante la pandemia fueron tomados en cuenta? ¿Por qué?

7 respuestas

1. Trabajamos desde casa, y las reuniones se realizaban vía zoom.
2. Falta de oportunidad en cuanto a la comunicación con los superiores.
3. No, ya que había un área encargada en hacer ciertos aportes.
4. No se obtuvo buena comunicacion con la empresa.
5. Tuvieron en cuenta las opiniones de los empleados.
6. No tuvieron en cuenta las opiniones de los trabajadores.
7. Si ya que al ser un momento complicado fue necesario que todos ayudáramos cono aportes para poder seguir trabajando.

2. ¿Recibió la información necesaria para poder realizar eficientemente su trabajo?

10 respuestas

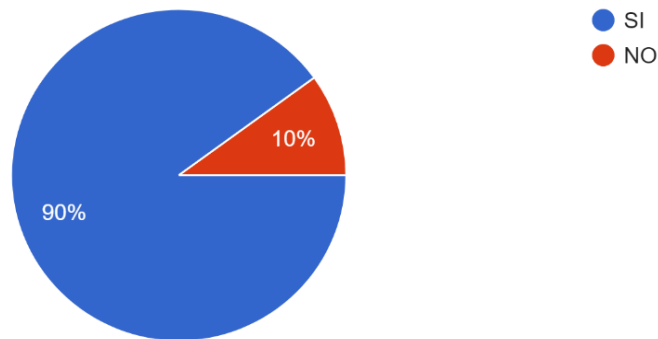


Ilustración 3

Análisis: El 90% de los encuestados recibió la información adecuada para poder completar sus labores desde la virtualidad.

3. ¿Recibió la información de manera oportuna por parte de sus superiores?

10 respuestas

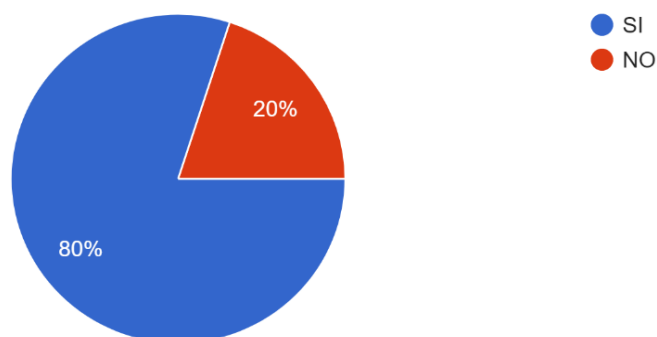


Ilustración 4

Análisis: El 80% de los trabajadores recibieron de manera oportuna la información por parte de sus superiores, esto es importante ya que el resultado final de las funciones aumenta su eficacia.

4. ¿La comunicación por medio de la virtualidad le fue de gran ayuda para realizar sus labores durante la pandemia?

10 respuestas

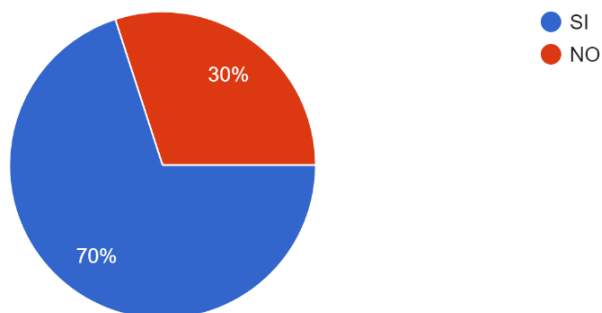


Ilustración 5

Análisis: Los trabajadores sintieron que fue una guía y una solución el poder seguir trabajando de manera virtual, esto se ve reflejado en el 70% de los encuestados.

5. Las relaciones comunicativas de la empresa durante el confinamiento y pandemia fueron:

10 respuestas

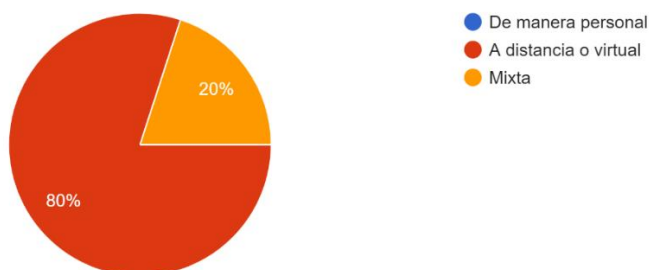


Ilustración 6

Análisis: Según las estadísticas los trabajadores no tuvieron relaciones comunicativas de manera presencial, más del 80% lo manejo a distancia o de manera virtual.

6. ¿Cuántas veces tuvo relaciones comunicativas a la semana en la empresa durante el COVID 19?

10 respuestas

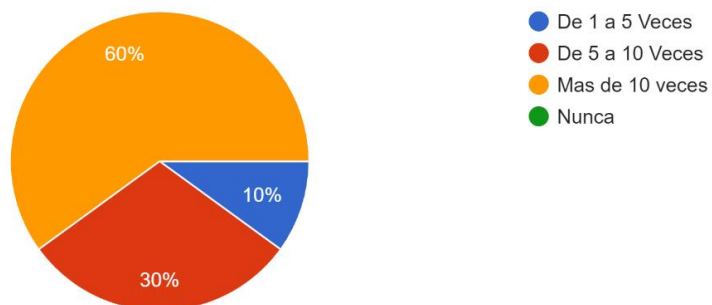


Ilustración 7

Análisis: Se puede observar que las respuestas fueron mixtas, pero con un porcentaje mayor al 60% los trabajadores tuvieron más de 10 veces relaciones comunicativas con la empresa.

7. ¿La comunicación virtual se convirtió en la oportunidad de la empresa para seguir creciendo durante la pandemia?

10 respuestas

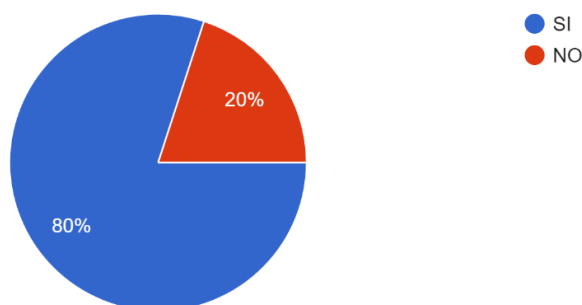


Ilustración 8

Análisis: El 80% de las personas encuestadas están de acuerdo con que la comunicación virtual fue la oportunidad de las empresas para seguir creciendo durante la pandemia.

8. Teniendo en cuenta que comunicación asertiva es: “La forma en la que nos relacionamos con otras personas” Identifique los tipos de comunicación asertiva que considere importantes para la empresa.

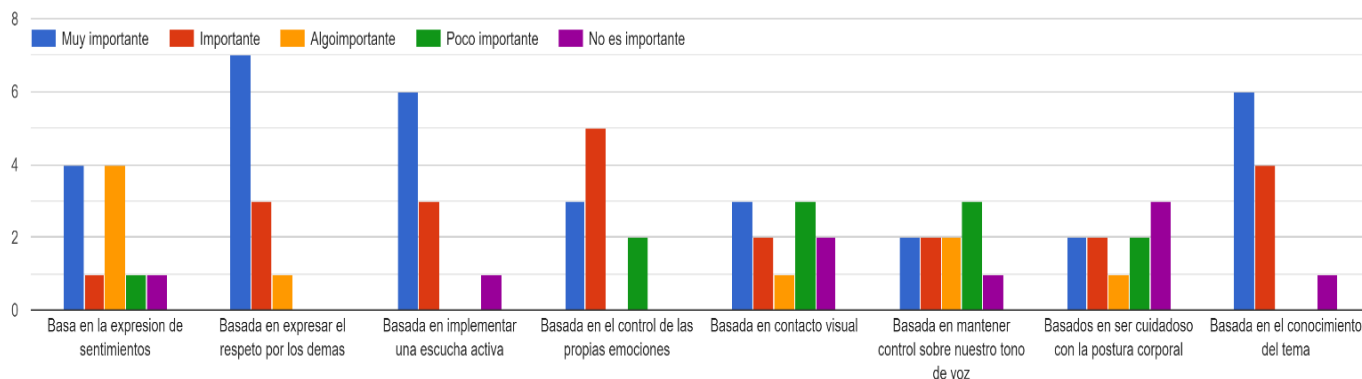


Ilustración 9

5 PROPUESTA ARTICULADORA DE LA COMUNICACIÓN

Respondiendo a la necesidad de la comunicacion asertiva dentro de la organización, es necesario que en el plan de mejora se incluya actividades que involucren a todos los funcionarios de la empresa y así mejorar de una manera eficaz y general.

PROPUESTA	TIEMPO	COSTO
Talleres que potencialicen la escucha o manejo de comunicación... primero y luego a redactar un mensaje, donde se deba ser claro, conciso y breve.	12 horas 28 horas	\$ 405.000 Total \$ 159.900 Mensual
Cursos de manejo de plataformas digitales, aplicaciones y demás. Es necesario que todos los funcionarios de la empresa tengan un mayor conocimiento acerca del tema.	2 cursos trimestrales al año 6 meses	\$ 319.800

Ilustración 10

Estas propuestas están sujetas a que sean dirigidas y verificadas por las direcciones competentes de la organización y así mismo se realicen auditorias y seguimientos a los funcionarios a los cuales se les aplicara.

5.1 TALLERES

- INSTEL - INSTITUTO NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES.

Valor: \$ 405.000 pesos

Modalidad: Virtual

Duración: 12 horas.

Taller proporciona en doce (12) horas de intenso trabajo académico teórico-práctico

- ✓ Dominar una comunicación eficaz
- ✓ Desarrolla inteligencia emocional
- ✓ Entender la comunicación asertiva de manera laboral e interpersonal.

Objetivos con el taller: Las empresas buscan que los funcionarios puedan dominar los distintos niveles de la comunicación interpersonal haciendo que esta sea fluida efectiva y eficaz en cualquier ámbito o contexto, se debe adquirir un mayor sentido de empoderamiento, que sume al desempeño en el trabajo al comunicarse de manera asertiva.

Resultados esperados: Se espera que los mensajes internos y externos entre los funcionarios de la compañía se puedan transmitir de manera exitosa, así desarrollar relaciones positivas y que den satisfacción en el ámbito laboral, también demostrar que se es consciente de los derechos de los demás y se está dispuesto a resolver los conflictos que se presenten.

- PLATZI

Valor: 159.900

Modalidad: Virtual

Duración: 28 horas

Aumenta tu desempeño en el trabajo al comunicarte de manera efectiva con el Curso de Comunicación Asertiva de Platzi.

- ✓ Entender qué es la gestión emocional y cómo podemos mejorarla.
- ✓ Técnicas de comunicación para implementar en tu vida personal y profesional.
- ✓ Usar un lenguaje claro y empático.
- ✓ Desarrollar un uso consciente de la palabra y del lenguaje.

Objetivos con el curso: Aprender la habilidad de tener interacciones eficientes en el círculo laboral, identificando situaciones donde deba usarse un lenguaje correcto y asertivo. El trabajador debe dominar técnicas para expresar ideas, sentimientos y necesidades de forma empática, firme y honesta que ayuden a las diferentes funciones dentro de la empresa.

Resultados esperados: El funcionario al terminar este taller debe ser capaz de tomar decisiones en ciertas situaciones laborales, así mismo debe comprender las opiniones y sentimientos de sus compañeros y poder presentar ideas de manera clara, segura y auténtica que aporte a su vida tanto profesional como personal.

5.2 CURSOS DE MANEJO DE PLATAFORMAS

- PLATZI

Curso de Zoom: Videollamadas Efectivas y Seguras

Valor: 159.900

Modalidad: Virtual - Practica

Duración: 3 horas de contenido – 18 horas de practica

Las videoconferencias por zoom te permiten conectarte con tu comunidad desde cualquier lugar.

Aprende cómo mejorar la experiencia en remoto, tener una videollamada segura y hacer que tus ideas lleguen a cualquier parte del mundo.

- ✓ Conoce las mejores prácticas para una videoconferencia
- ✓ Descubre las herramientas y el equipo necesario para optimizar una videollamada
- ✓ Crea y programa una llamada en Zoom

Objetivos con el curso La formación de los profesionales en las compañías exige que se trabaje en una modalidad de aprendizaje flexible, dinámico y que se puedan adaptar a cualquier situación o ámbito que se presente dentro de la empresa, es por eso que la tecnología y la innovación en plataformas como es Zoom, hace que nos brinde las herramientas necesarias para reducir fronteras, el uso del tiempo, evitar desplazamientos y aprovechar los espacios dentro del marco laboral, como personal.

Resultados esperados: El trabajador debe poder configurar al detalle todas las opciones que ofrece Zoom para convertirlo en un programa de videoconferencia 100% seguro y así crear reuniones virtuales dentro de las funciones laborales, presentar de forma remota exposiciones o trabajos solicitados,

por último, debe tener conocimiento en conjunto con sus compañeros sobre el programa.

6 PLAN DE ACCIÓN

Precisando la necesidad de fomentar una buena comunicación asertiva dentro de las constructoras, se necesita de una serie de cursos y talleres para llevarlos a cabo. Sin embargo, no sirve de nada o no se llegará a un resultado positivo si no se tiene un paso a paso. Es por eso que, a continuación, planteamos un plan de acción a desarrollar, donde se encontrarán fechas y horarios para no perder ningún detalle, cumpliendo cada parámetro de duración para llevar a los funcionarios desde el punto A al punto B.

Antes que nada, nuevamente es necesario recalcar por qué son importantes estos cursos y talleres. Y es que son necesarios para los empleados. Se debe entender que la función de las dos metodologías es totalmente diferente, el enfoque es distinto y los objetivos son apartes.

Empezando por el taller, se traen a colación para que potencialicen y sirvan para la escucha y el manejo de la comunicación. Se necesitan implementar en las empresas para que los mensajes tomen un papel protagónico y no que pase desapercibido. Al tomar estos talleres, los mensajes se tienen que transformar claros, concisos y breves.

Por su parte, como función aparte, los cursos tienen que entrar a reforzar la comunicación asertiva. Son importantes implementarlos para aumentar el conocimiento en la materia, no solo basta con los talleres. Los cursos en este caso serán oportunos para aprender a manejar las diferentes plataformas digitales y aplicaciones para ponerlos en práctica.

Es vital que cada empresa lo implemente para que los funcionarios hablen en un solo lenguaje; es decir, que sea un requisito para los funcionarios tomarlos.

Dicho lo anterior, si se hace de la manera más acorde, las organizaciones tendrán una mejor operatividad, porque los empleados, al tomar estos talleres y estos cursos, estarán orientados a un solo lugar: tener una mejor comunicación y no una regular que pueda estropear los quehaceres laborales.

La pregunta ahora es: ¿Y cómo se va a llevar a cabo esto sin necesidad de ocupar la mayoría de la jornada laboral y atrasar el trabajo? Proponemos el siguiente plan de acción.

Talleres

Teniendo en cuenta que son 2 talleres de una duración precisa y que, como las empresas deben cumplir sus tareas diarias, se espera que los funcionarios tengan los siguientes espacios para desarrollarlos.

Eso sí, cabe destacar que es pertinente primero hacer los talleres y luego los cursos para reforzar lo aprendido.

Taller	Tiempo total	Horarios de implementación	Tiempo de finalización estimado
INTEL - INSTITUTO NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES	12 horas	-Segundo lunes de cada mes: 1 hora -Tercer jueves de cada mes: 1 hora	5 meses

TALLER PLATZI	28 horas	-Martes y Jueves de cada semana: 1 hora (cada uno)	14 semanas
---------------	----------	--	------------

Ilustración 12

Cursos

Al igual que los Talleres, se necesita de un cronograma acordado para poderlo estudiar y, con eso, implementarlo lo más oportunamente en las organizaciones

Se debe tener en cuenta que, para no intervenir y frenar las tareas laborales, se recomienda primero realizar los talleres y luego sí empezar con el curso de la manera que se va a plantear a continuación.

Ilustración 11

Curso	Tiempo total	Horarios de implementación	Tiempo de finalización estimado
PLATZI - Curso de Zoom: Videollamadas Efectivas y Seguras	21 horas	Todos los miércoles: 2 horas	10 semanas y media

En definitiva, con respecto al plan de acción planteado, se deben seguir los cronogramas respetando los tiempos para conseguir una comunicación sana y asertiva, que funcione para llevar por un camino beneficioso a las constructoras y no por los equivocados.

CONCLUSIONES

Se identifican las problemáticas existentes en la comunicación asertiva presentada en las constructoras Consucasa, Bolívar y Amarilo, la cual tienen como principal actividad económica el desarrollo de proyectos de construcción, luego del paso de la pandemia y mediante la obtención de información de primer nivel, se realizó encuestas a los funcionarios que hacen parte de estas empresas y que conforman distintas áreas o departamentos laborales.

Analizando la situación presentada y que nos dejó el COVID 19 durante la pandemia podemos indicar que el sector de la construcción paso por un cambio organizacional drástico, donde se alteró las costumbres, economía, la actividad social, la manera en la que nos comunicábamos y donde todo quedo reducido a encuentros virtuales, plataformas y tecnología, características que se utilizaban de manera reducida antes de la pandemia. Según los análisis se logró ampliar la información y el contexto que se estaba investigando haciendo que la comunicacion asertiva se convierta en un propósito a mejorar, para así manifestar una conducta adecuada en los ámbitos laborales de las compañías.

Las personas que practican la conducta asertiva son más seguras de sí mismas, más transparentes y fluidas en la comunicación, entran en socialización porque al ser honestas, se muestra una buena comunicación entre personas. Así mismo fue importante llegar a una solución de conflictos internos para llevar un ámbito de armonía, respeto y socialización en el ámbito laboral de las constructoras del estudio de caso.

Se realiza un plan de acción como solución para los problemas analizados de comunicación asertiva que se tiene internamente con los funcionarios de las constructoras del caso de estudio, en donde las empresas deben invertir y desarrollar en primer nivel unos talleres y un curso. Esto con fines formativos e instructivos, donde se realice mediante un proceso de formación organizacional y donde los trabajadores de las distintas áreas que ingresen a este plan de acción, tendrán una formación, que les permita adquirir conocimientos y manejo sobre la comunicación asertiva y las diferentes herramientas tecnológicas y remotas para así poder estar preparados en caso de una situación similar a la presentada en la pandemia, y poder seguir con los procesos internos de las compañías para así mejorar el funcionamiento administrativo y comunicacional de las constructoras y no influir directamente en los objetivos y metas de estas mismas

7 RESULTADOS Y RECOMENDACIONES

En el presente trabajo se planteó una problemática causada por la pandemia en la cual derivada conflictos de comunicación asertiva internamente en las constructoras Consucasa, Bolívar y Amarilo, se realizó un análisis por medio de encuestas con cada uno de los funcionarios de estas empresas, haciendo un enfoque sobre cómo se tuvo que laborar durante la pandemia y como fue la comunicación que existió en el ámbito laboral, se evidenciaron problemas de mensajes enviados como recibidos y en algunos casos, tuvo afectación en los objetivos que se encontraban trazados en la empresa en ese momento.

En consecuencia de lo anterior se propone una propuesta articuladora de la comunicación en la cual se busca la necesidad de poder fomentar una comunicación asertiva correcta en los funcionarios que trabajan en las constructoras del caso de estudio, para eso se investigó ciertos cursos y talleres enfocados en la comunicación y en el manejo de ciertas herramientas remotas y así poder generar un mejor

funcionamiento internamente en la empresa y en cada uno de los departamentos de estas, para que los funcionarios ahora y en un futuro sepan cómo manejar de mejor forma la comunicación asertiva.

Se recomiendan a las constructoras utilizar el plan de acción que se ideó el cual se basa en dos talleres y un curso y que se han diseñados por horas y semanas, esto con motivo de que se brinde mayor flexibilidad y apoyo a los funcionarios.

8 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

López, M. Y. B., Montoya, L. M. O., Quebraolla, I. A. V., & Vásquez, C. A. V. (2021). Impacto En La Comunicación Asertiva Debido Al Cambio Organizacional Que Trajo El Covid 19. *Poliantea*, 16(29), 40-48.

Estrada, D. S. L., Vera, P. E. L., Taboada, M. M. M., & Juárez, R. S. (2020). La comunicación asertiva: una estrategia para desarrollar las relaciones interpersonales. *Revista Latinoamericana de Difusión Científica*, 2(3), 72-82.

Roncancio, S. M. (2020) La falta de comunicación asertiva en las empresas. *experimentando con ciencia administrativa*, 18.

Alvarado, H. C. (2016). Comunicación asertiva como determinante en el clima organizacional y su incidencia en la consecución de objetivos en las empresas del sector público. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/14422>.

- Amaya, C. R. (2021). La Comunicación Asertiva E l Cambio Organizacional Y El Covid-19. *Poliantea*, 16(29), 8-9.
- Vargas Salas, G. D., & Sánchez Rodríguez, N. (2021). Las Competencias de los Líderes en las Organizaciones en la Pandemia Covid-19.
- Arce Cappelletti, Aldo. (2017) Curso de Actualización en Gestión del Clima Organizacional. Conferencia llevada a cabo en el curso Clima Organizacional. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.
- García Mogollón, J. M. . (2020). Pandemia: Reto y Oportunidad Empresarial en la Sociedad de la Información en los Negocios Digitales. *Infometric@ - Serie Sociales Y Humanas*, 3(1), 158-166.
- Maguiña Vargas, C., Gastelo Acosta, R., & Tequen Bernilla, A. (2020). El nuevo Coronavirus y la pandemia del Covid-19. *Revista Médica Herediana*, 31(2), 125-131.
- García, R. (2006). Sistemas complejos: conceptos, métodos y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria. Editorial Gedisa.
- Gerente, (2022). Empresas del futuro así deben ser los negocios en la pos pandemia.
- Gerente, (2022). Educación empresarial, formación para el mundo donde lo más estable es el constante cambio.
- Sabogal, M. L. (2020). Estrategias de comunicación interna y su eficacia para el cumplimiento de objetivos y metas organizacionales. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/38270>
- Platzi (2022). Curso de Comunicación Asertiva. Recuperado de: <https://platzi.com/cursos/comunicacion-asertiva/>

Platzi (2022). Curso de Zoom. Recuperado de: <https://platzi.com/cursos/zoom/>

INTEL - Instituto Nacional de Telecomunicaciones (2022). Taller de comunicación asertiva.

Recuperado de: <https://www.intel.edu.co/comunicacion-asertiva>