

La importancia de la comunicación asertiva en el direccionamiento estratégico y ejecución de los proyectos

The importance of assistance communication in the strategic direction and execution of projects

Msc. Cesar Augusto Silva Giraldo^a, Msc. Aizar Mejia Jálabe^b, Msc David Andrés Suarez^c,

^a Corporación Universitaria Minuto de Dios, grupo de investigación GIDTI y Quantum, Bucaramanga, Colombia, csilvagiral@uniminuto.edu.co

^b Corporación Universitaria Minuto de Dios, grupo de investigación Quantum, Bucaramanga, Colombia, amejiajalab@uniminuto.edu.co

^c Corporación Universitaria Minuto de Dios, grupo de investigación Quantum, Bucaramanga, Colombia, david.suarez@uniminuto.edu.co

Recibido: 02-03-2015 / Aprobado: 29-05-2015

Resumen:

El siguiente artículo presenta una reflexión acerca la importancia de la comunicación asertiva en el direccionamiento estratégico y ejecución de proyectos resaltando la importancia de la comunicación como un proceso vital y parte inherente al ser humano, se apoya en una serie de autores que dan soporte desde una mirada de las prácticas comunicacionales existentes de tipo positivo o negativo convirtiéndose entonces, en elemento orientador y que puede ser empleado asertivamente por gerentes en las diferentes organizaciones o contextos laborales, también se retoman conceptos tales como asertividad en la comunicación vista como una destreza social, por medio de la cual se muestran ideas, opiniones y sentimientos de forma clara, directa, equilibrada, honesta y respetuosa entre otros. Finalmente se menciona el valor de la gestión de la comunicación asertiva como una herramienta de vital relevancia que deben potencializar los gerentes de las organizaciones desde la planeación y el direccionamiento estratégico con el fin de poder garantizar ventajas competitivas, a través del desarrollo de prácticas efectivas de liderazgo y la integración total.

Palabras clave: Comunicación, asertividad, gerentes, direccionamiento estratégico, organizaciones.

Abstract: The following article presents a reflection on the importance of assertive communication in the strategic direction and execution of projects highlighting the importance of communication as a vital process and inherent part of the human being, is based on a series of authors who support from a existing communication practices of a positive or negative type, becoming a guiding element and that can be used assertively by managers in the different organizations or work contexts, concepts such as assertiveness in communication seen as a social skill are also taken up. Means of which ideas, opinions and feelings are shown in a clear, direct, balanced, honest and respectful way, among others. Finally, the value of the management of assertive communication is mentioned as a vital tool that should be leveraged by the managers of the organizations from the planning and strategic direction in order to be able to guarantee competitive advantages, through the development of effective practices of leadership and total integration.

Keywords: Communication, assertiveness, managers, strategic direction, organizations.

1. INTRODUCCIÓN

Desde épocas remotas la comunicación se ha visto reflejada como un proceso vital de todo ser humano para la subsistencia y el desarrollo. Es tal su relevancia que en la actualidad vincula a toda una estructura social que además de enmarcar las prácticas comunicacionales, genera una influencia directa que afecta el lenguaje como medio de expresión y las combinaciones ideológicas que de él se desprenden, enmarcadas por la correlación de esfuerzos de imposición, dominio, fuerza y costumbre, que regulan los patrones de comportamiento de las personas y sus entornos.

Estudios realizados por Busch y Folger (1992) demuestran por medio de su Modelo Transformativo la articulación de es

fuerzos dentro de las prácticas comunicacionales como un elemento orientador que logra permitir el cambio en los procesos de relación, el aumento del poder y como consecuencia, el reconocimiento de las partes.

Así mismo, López, L (1992, p. 11) recurre a pensadores como Santo Tomás de Aquino quien define la palabra como racional y problemática, siendo la realidad humana misma. Los autores precisan que por medio de la palabra el hombre se manifiesta, se hace sentir, aparece ante los otros, ante sí mismo, hablando y escuchando para luego interpretar. Por otro el mismo autor Luis López Forero (1992),

determina en su estudio que toda estructura social se mantiene en su *statu quo* o evoluciona de acuerdo con los intereses predominantes en la élite que detenta el poder comunicacional. Análisis que permite concluir que toda práctica comunicativa ejerce implícitamente un poder para persuadir y generar reconocimiento en las partes involucradas.

Ahora bien, es importante tener en cuenta que las prácticas comunicativas pueden ser positivas o negativas; y que dependiendo de esta clasificación se puede asegurar que sea asertiva por la inclusión de un carácter en el que la conducta reflejada por el gerente como el colaborador es positiva, o si, por el contrario, refleja una actitud pasiva, de resistencia o en algunos casos agresiva.

Es por lo anterior que toma valor e importancia la razón comunicativa en relación con el entorno organizacional, es así como se explica que los gerentes de proyectos además de seleccionar y clasificar su equipo de trabajo de acuerdo a las habilidades y destrezas que presentan, deben como líderes diseñar y establecer políticas y prácticas comunicacionales positivas que permitan informar, persuadir, escuchar y motivar a través de un lenguaje corporal y verbal claro, que posibilite la retroalimentación o

feedback, desarrollando un sentido de pertenencia en los colaboradores y a través de procesos sinérgicos en búsqueda de alcanzar los objetivos propuestos.

Goldhaber argumenta que la comunicación organizacional “*ocurre dentro de un sistema complejo y abierto que es influenciado por el medio ambiente e influye en él. Implica mensajes, flujos, propósitos, dirección y medios empleados*”. También, “*involucra actitudes, sentimientos, relaciones y habilidades personales*”. (Goldhaber, 1994, p.16).

Por su parte Chiavenato (2004), establece que la comunicación desde el comportamiento organizacional, cumple cuatro funciones básicas enmarcadas en el control, motivación, expresión de las emociones e información.

Otros autores como Homs (2000), establece que “*Las organizaciones de hoy necesitan un cambio de paradigma en los procesos gerenciales para hacerlos funcionales y eficientes. Los gerentes no pueden mantenerse en el ayer, ajustados exclusivamente en planificar, organizar, controlar y coordinar. Se requiere de líderes versados, creativos, innovadores que integren las diversas actividades conjugando la comunicación entre todos los miembros de*

la organización, capaces de tomar decisiones para optimizar el progreso de ella.” (p.56).

Por consiguiente, la comunicación en la relación gerente y colaboradores debe ser precisa y motivadora para lograr los objetivos planteados de forma asertiva en un escenario de retroalimentación o feedback en el que todos ganen.

Ahora bien, es necesario entender la asertividad en la comunicación como una destreza social, por medio de la cual se muestran ideas, opiniones y sentimientos de forma clara, directa, equilibrada, honesta y respetuosa, sin el propósito de lastimar o afectar (Pérez, 2013). Bajo esta premisa, se puede afirmar que existe una relación entre los procesos de comunicación asertiva y los rasgos de personalidad que caracterizan a cada individuo y, por consiguiente, pueden generar varios estilos únicos de comunicación.

Y es en este punto, en donde los directores de proyectos deben identificar las actitudes y aptitudes de cada una de las personas que integran los equipos de trabajo, con el fin de potencializar sus fortalezas y generar un espíritu de liderazgo que contribuyan a la ejecución de actividades y la consecución de

objetivos; Objetivos que deben ir más allá del crecimiento económico y la ejecución adecuada de los proyectos de la empresa. La nueva perspectiva debe incluir un fortalecimiento del desarrollo personal y psicológico de todos sus miembros, convirtiéndose en el eje y engranaje fundamental para el éxito empresarial.

En la última década, el tema del desarrollo personal y psicológico de los empleados ha tomado fuerza, una vez más se demuestra la necesidad de abordar el clima organizacional y la relación existente con el análisis del entorno, el nivel de compromiso y el manejo de relaciones interpersonales generadas del mismo proceso comunicativo. Afirmación que corrobora y refuerza lo planteado por Cibanal (2005), quien de termina numerosas relaciones que se derivan entre los miembros de una organización gracias a la comunicación, resaltando que, en el desarrollo del proceso de intercambio, se asignan y se delegan funciones, estableciendo compromisos y encontrando sentido a ser parte de las empresas.

Es importante afirmar que además de lograr la delegación de funciones y el establecimiento de responsabilidades, se otorga a cada miembro de trabajo un reconocimiento de sus capacidades a nivel individual y colectivo, que permite y contribuye en los procesos de desarrollo personal y profesional

como una ventaja clara del proceso de comunicación asertiva.

Adicionalmente existen ventajas de los procesos de comunicación asertiva, algunos son definidos como el mejoramiento laboral, la generación de una pertinencia e identidad, la calidad en los servicios y en los planes de ejecución de los proyectos, la generación de un sentido de pertenencia y el mejoramiento de los procesos de planeación, ejecución, control y mejora en el desarrollo empresarial.

2. CONCLUSIONES

La gestión de la comunicación asertiva, es una herramienta de vital relevancia que deben potencializar los gerentes de las organizaciones desde la planeación y el direccionamiento estratégico con el fin de poder garantizar ventajas competitivas, a través del desarrollo de prácticas efectivas de liderazgo y la integración total a través de una comunicación asertiva en el que se logre persuadir y generar escenarios en el que cada miembro de la organización o como parte de un equipo de trabajo se sienta con un rol protagonista, crítico y participativo para la ejecución de actividades y la consecución del éxito dentro de las mismas.

Por todo lo anterior se puede asegurar que la comunicación asertiva se convierte en

una estrategia muy importante para las organizaciones que dentro de su desarrollo incluye factores como la cultura y el clima organizacional indispensables para el desarrollo personal y psicológico de cada uno de los individuos que conforman una organización o que hacen parte del desarrollo y ejecución de cualquier tipo de proyecto.

Es aquí donde surgen los nuevos retos para los líderes empresariales; quienes en su accionar deben diseñar estrategias para la mejora de la comunicación, teniendo en cuenta que cada organización es única y que por ende sus características y desarrollo son particulares y no colectivo.

En conclusión es necesario cambiar la perspectiva y visión de las personas para así lograr cambios significativos en el desarrollo de las organizaciones; que van desde la libertad de expresión de los colaboradores hasta la confianza otorgada para la ejecución y desarrollo de labores que generan sentido de pertenencia y que van en pro del desarrollo de la organización. Hacer entender a las personas y darles la confianza para que se expresen libremente en pro del desarrollo de la organización.

3. FINANCIACIÓN

La financiación para el desarrollo de esta investigación correspondió a las horas asignadas a los docentes participantes para la producción científica, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - Uniminuto Centro Regional Bucaramanga.

4. BIBLIOGRAFÍA

- Bush, R. A. B. Y Folger, J. P. (1992). La Promesa De La Mediación. Cómo Afrontar El Conflicto A Través Del Fortalecimiento Y El Reconocimiento De Los Otros. Buenos Aires: Granica.
- Cibanal, L., Arce, M.C., Carballal, M. (2005). Técnicas De Comunicación Y Relación De Ayuda En Ciencias De La Salud. Madrid: Elsevier
- Chiavenato, I. (2004). Comportamiento Organizacional: La Dinámica Del Éxito En Las Organizaciones. Thomson. México
- Goldhaber, M. (2002). Comunicación Organizacional. Editorial Diana. México. D.F.
- Homs, R. (2000). La Comunicación En La Empresa. Grupo Editorial Iberoamericano. México, P. 56
- López, L. (1992). Introducción A Los Medios De Comunicación. Universidad Santo Tomás, 5ta Ed. Bogotá.
- Pérez, L. F. (2013). La Comunicación Aserativa. Una Habilidad Personal Y Profesional.