

TENDENCIAS GLOBALES DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL⁷⁵

GLOBAL TRENDS IN ORGANIZATIONAL COMMUNICATION

Anggy Karina Lesmes Silva⁷⁶

Ender José Barrientos Monsalve⁷⁷

Karla Yohana Sánchez Mojica⁷⁸

José Ascensión Cáceres Caballero⁷⁹

Pares evaluadores: Red de Investigación en Educación, Empresa y Sociedad – REDIEES.⁸⁰

⁷⁵ Derivado del proyecto de investigación. Tendencias Globales de la Comunicación Organizacional

⁷⁶ Comunicadora Social, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Ocupación (docente), Fundación de Estudios Superiores Comfanorte-FESC, correo electrónico: ak_lesmes@fesc.edu.co

⁷⁷ Arquitecto, Instituto universitario Politécnico Santiago Mariño, Doctor en Ciencias Gerenciales, Universidad Nacional Politécnica de la Fuerza Armada Nacional, Ocupación (docente), Fundación de Estudios Superiores Comfanorte-FESC, correo electrónico: ej_barrientos@fesc.edu.co

⁷⁸ Ingeniera en Telecomunicaciones, Universidad de Pamplona, Magister en Ingeniería Industrial, Ocupación Directora de la Unidad de Investigación Emprendimiento e Innovación, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte- FESC, correo electrónico: investigaciones@fesc.edu.co

⁷⁹ Administrador de Empresas, Universidad Nacional de Bogotá, Magister En Gerencia de Empresas. Mención Industria, Universidad Nacional Experimental del Táchira. Venezuela, Ocupación (docente), Universidad de Santander-UDES, correo electrónico: cacerescaballero@gmail.com

⁸⁰ Red de Investigación en Educación, Empresa y Sociedad – REDIEES. www.rediees.org

9. TENDENCIAS GLOBALES DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL⁸¹

Anggy Karina Lesmes Silva⁸², Ender José Barrientos Monsalve⁸³, Karla Yohana Sánchez Mojica⁸⁴ y José Ascensión Cáceres Caballero⁸⁵

Página | 156

RESUMEN

En la comunicación organizacional se genera un cambio de parámetros contemporáneos producto del avance tecnológico, éste hace que las empresas distribuyan sus funciones en un desarrollo sostenible e informacional, siempre en el marco de la innovación y dimensionamiento global; pero con visión a un estado promisorio en todos los ámbitos de acción. El presente estudio tiene como propósito la descripción general en las tendencias globales sobre los elementos que inciden en el ciclo comunicacional y organizacional (compromiso, cambio, clima, comportamiento y cultura). El método de investigación aplicado fue el interpretativo-hermenéutico, con base a lo documental bibliográfico, se desarrolló en el estudio la comprensión de textos a partir del ejercicio interpretativo intencional y contextual en función al tipo de estudio en el análisis de contenido. Se concluye que la comunicación organizacional siempre avanzará en la sociedad empresarial con cambios tecnológicos e informáticos, creando nuevas posibilidades de expresión y comunicación a nivel mundial, la cual la hacen trascendental en la transmisión de información con cambios socioculturales, técnicos y científicos dentro de las organizaciones de mercado comunicacional del Siglo XXI.

⁸¹ Derivado del proyecto de investigación Tendencias Globales de la Comunicación Organizacional

⁸² Comunicadora Social, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Ocupación (docente), Fundación de Estudios Superiores Comfanorte-FESC, correo electrónico: ak_lesmes@fesc.edu.co

⁸³ Arquitecto, Instituto universitario Politécnico Santiago Mariño, Doctor en Ciencias Gerenciales, Universidad Nacional Politécnica de la Fuerza Armada Nacional, Ocupación (docente), Fundación de Estudios Superiores Comfanorte-FESC, correo electrónico: ej_barrientos@fesc.edu.co

⁸⁴ Ingeniera en Telecomunicaciones, Universidad de Pamplona, Magister en Ingeniería Industrial, Ocupación Directora de la Unidad de Investigación Emprendimiento e Innovación, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte- FESC, correo electrónico: investigaciones@fesc.edu.co

⁸⁵ Administrador de Empresas, Universidad Nacional de Bogotá, Magister En Gerencia de Empresas. Mención Industria, Universidad Nacional Experimental del Táchira. Venezuela, Ocupación (docente), Universidad de Santander-UDES, correo electrónico: cacerescaballero@gmail.com

ABSTRACT

In organizational communication, a change of contemporary parameters is generated because of technological progress, which makes companies distribute their functions in a sustainable and informational development, always within the framework of innovation and global dimensioning, but with a vision of a promising state in all areas of action. The purpose of this study is the general description of the global tendencies on the elements that affect the communicational and organizational cycle (commitment, change, climate, behavior, and culture). The applied research method was the interpretative-hermeneutic, based on the bibliographic documentary, the study developed in the study the understanding of texts from the intentional and contextual interpretative exercise according to the type of study in the content analysis. It is concluded that organizational communication will always advance in the business society with technological and informatics changes, creating new possibilities of expression and communication worldwide, which make it transcendental in the transmission of information with sociocultural, technical, and scientific changes within the communicational market organizations of the XXI Century.

PALABRAS CLAVE: tendencias globales, comunicación, comunicación organizacional, prospectiva comunicacional y organizacional

Keywords: global trends, communication, organizational communication, communication and organizational foresight

INTRODUCCIÓN

Las tendencias globales definidas en la actualidad como aquellas condiciones de visión elaboradas en base a una especialización en concordancia con los estándares mundiales, cuando se tratan por ejemplo de aspectos económicos o financieros, o en este caso de estudio en enfoque de la comunicación organizacional; cuyas tendencias son los cambios en el comportamiento, las actitudes y las expectativas en un intercambio de información de quienes son parte de una organización y de alguna manera, ayudan a la identificación de las oportunidades del negocio o situación sobre la estructura de una empresa respecto al medio comunicacional.

Las tendencias se caracterizan por su dominancia, difusión amplia, largo plazo, siendo reemplazables por otras, teniendo como elementos de trayectoria y estructura a la duración, la escala y la evolución, pero los factores establecen las diferencias de alcance y escala entre éstas, por ejemplo el tomado de (Trujillo, y otros, 2018) quienes expresan que el mundo en la actualidad presenta un “cambio hacia la tecnología digital...una tendencia forma parte de una macro tendencia por relaciones lógicas y reales con otras conformando un sistema relativamente delimitado al alcance de aquella, el avance y distribución de Internet”(p.3). No obstante, se deben considerar las necesidades, oportunidades, relaciones que presenta el desarrollo, sostenible, informacional y humano con la innovación, dado que algunas tendencias, por su resistencia influencial de fenómenos, identificación, dimensionamiento y visualización se orientan al estado futuro en ámbitos de interés (Osuch-Rak, Proczek, & Szczepańska, 2018).

En ese sentido, se asumió como método de investigación el interpretativo-hermenéutico, con base a lo documental bibliográfico, se desarrolló en el estudio la comprensión de textos a partir del ejercicio interpretativo intencional y contextual en función al tipo de estudio en el análisis de contenido. En la estructura se desarrolló varias aristas sobre las tendencias globales de la comunicación organizacional entre ellas se dejan entrever las concepciones de la comunicación organizacional, aspectos donde interviene la comunicación en una organización tales como el cambio organizacional, el ciclo comunicacional, el clima organizacional, comportamiento organizacional, compromiso organizacional la cultura organizacional; adicionalmente se tomaron en consideración las discusiones, incluidas las

experiencias del participante inferidas en cada uno de los aspectos relacionados y finalmente las conclusiones o sugerencias devenidas.

DESARROLLO

Prospectiva Comunicacional y Organizacional. La Comunicación organizacional en tiempos contemporáneos mantiene la concepción relacionada con los niveles de motivación y caracterización empresarial para el mejoramiento de la productividad, calidad, eficiencia en beneficio de los trabajadores de una organización, incluidos los aspectos de la satisfacción personal o grado de identificación social. Por ello, una mirada al futuro nos permite asumir que las principales funciones se mantienen y seguirán siendo el control, la motivación, la expresión de emociones, además la información. Respecto al control comunicacional se actúa de varias maneras para controlar el comportamiento de los miembros dentro de la organización. Pero existen jerarquías de autoridad y lineamientos formales que se exige que los trabajadores cumplan. En cuanto a la motivación contempla la evaluación del cómo es el desempeño orientado a las metas y a los resultados que debe alcanzar.

Sin embargo, se asume que las expresiones de las emociones vienen dadas como alternativas de sentimientos para la satisfacción o insatisfacción, logrados a través de la comunicación e información, ésta última facilita la toma de decisiones individuales y grupales al transmitir datos que identifican y evalúan cursos de acción alternativos como parte de la comunicación organizacional y sus canales de acción actuales.

En la actualidad las técnicas y estrategias que motivan a la Comunicación organizacional son las vías que utilizan los trabajadores o personas para intercambiar información dentro de una empresa. En el transcurso del presente Siglo XXI, es notorio que la comunicación va en todas las direcciones, debido al uso de diferentes fuentes y procedimientos, entre los cuales se mencionan la Informática, telecomunicaciones, plataformas tecnológicas, transmisión inalámbrica, entre muchas otras que se convergen en las redes sociales haciendo uso del internet. (Sorlózano González, 2015) Define la comunicación organizacional como proceso de intercambio de información en una organización a otras, cuyos datos fluían en diferentes maneras desde la estructura formal

como informal, ascendentes descendentes y horizontales según los niveles jerárquicos y sus diferentes canales del proceso comunicacional. Se requiere que la comunicación sea efectiva y exista un mensaje que satisfaga las necesidades sociales de los integrantes y facilitar los logros a metas determinadas.

Al mismo tiempo, se aprecia que la comunicación organizacional tiene la particularidad de enfrentar el bienestar, a través de las redes sociales siendo factible considerarlas como fuentes prioritarias de capital social actual. Pero, asumiendo que el enfoque orienta al desarrollo de las competencias para resolver los problemas, orientan, incentivan, comprometen a sus integrantes o participantes, en términos emocionales en mejorar el desempeño de la organización. La eficacia y la eficiencia derivan de la confianza y el compromiso existente, como características comunes en los enfoques exitosos para el cambio, estas características son el Motivar el cambio, induciendo a los participantes ser parte del cambio. Aquí nace la visión compartida de las etapas futuras proyectadas para la organización y los cambios que se requieren efectuar, sostener el impulso que dirige el cambio en el proceso.

En la prospectiva organizacional se aprecia como las técnicas y estrategias de una empresa tienen valor sine quo non es su estructura organizativa. Una organización es un conjunto de personas que actúan juntas y dividen las actividades en forma adecuada para alcanzar un propósito común. Las metas son comunes, existe un sistema siempre cooperativo, los resultados son amplios. Es por esta circunstancia que las personas y los grupos son importantes en el comportamiento organizacional. Los recursos humanos de las organizaciones están integrados por personas y grupos, estos desempeñan actividades, ameritan hacer uso de recursos físicos y materiales, como tecnologías, materias primas, equipos, instalaciones, dinero, los cuales son manejados o procesados por personas, los recursos antes descritos son indispensables para producir bienes, servicios, aunado al éxito de la empresa.

Se evidencia que la estructura organizacional (Bastidas Espinosa, 2018) asume el modo en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades, es decir se requiere establecer los procesos que hacen posible que las actividades se ejecuten en forma favorable, basados en el funcionamiento de la estructura organizacional. En la actualidad hay vigencia pues es

importante resaltar que los fundamentos de la estructura están conformados por elementos representativos, es decir, la especialización o división del trabajo, departamentalización, cadena de mando, extensión del control, centralización, descentralización y formalización.

Tendencias Globales y COVID -19. Las tendencias globales existentes en los países del mundo, en su mayoría fueron exacerbadas por la presencia y efecto del COVID-19. Aquí la Gobernanza mundial realizó intervención para apoyar y ser solidarios con el mundo postcovídico, una visión donde debemos unirnos con enfoque multisectorial, en esencia a determinantes de la salud. Para ello la cooperación mundial, la justicia social, el desarrollo sostenible y la buena gobernanza son elementos necesarios para guiarnos con principios hacia la Agenda 2030 como parte del Desarrollo Sostenible (Osuch-Rak, Proczek, & Szczepańska, 2018). Esta acotación nos lleva a preguntarnos lo siguiente ¿Cuáles son las tendencias globales de la comunicación organizacional? Para dar respuesta a ello, se hace evidente hacer varias acepciones sobre los puntos de la comunicación organizacional, cambio organizacional, ciclo comunicacional, clima organizacional, comportamiento organizacional, compromiso organizacional la cultura organizacional.

También ha sido definidas las tendencias globales por (Trujillo, y otros, 2018) quienes manifiestan que en un hecho fáctico o situacional los factores de cambio inciden en el comportamiento, la cual surgen de forma amplia y generalizada, formando parte la innovación en sentido general, con dirección definida y concibe impactos influyentes en el capital humano, formando parte de contextos similares con parámetros para los cambios de actitudes, políticas y énfasis organizacionales durante periodos de largo plazo con alcance global. Es de interés el tema de las tendencias, pues son más influyentes que el mismo poder organizacional y que los mismos gobiernos de un país.

Comunicación Organizacional. La Comunicación Organizacional está relacionada con los niveles de motivación y caracterización empresarial para el mejoramiento de la productividad, calidad, eficiencia en beneficio de los trabajadores de una organización, incluidos los aspectos de la satisfacción personal (Lorenzo Kómová, 2015). También se señala que la comunicación organizacional en cuanto a los sistemas de gestión de la calidad debe considerarse lo interno y externo por su incidencia comunicacional desde una visión

global de gestión y los flujos de comunicación dado que, el capital humano es el elemento fundamental en la comunicación.

En la actualidad se observa como las organizaciones desde la óptica de la comunicación empresarial forman un sistema vivo y abierto, cuyas partes de conexión están en manos del capital humano. No obstante, cuando se trata de la comunicación organizacional este capital humano genera un proceso dinámico y relacionista con los escenarios, a través de sus conexiones, haciendo uso de la lingüística para el sostenimiento del clima y el medio organizacional.

A nivel global se observa como la comunicación organizacional presenta en la actualidad una serie de funciones cuya tendencia es la de optimizar los controles de información que manejan los participantes o miembros de la organización en los diferentes escenarios; también las motivaciones en cuanto a las formas de desempeño para el logro de los objetivos; se suman las expresiones de las emociones en función sentimientos de logros o derrotas y las tomas de decisiones a razón de la trasmisión de datos e identificación de los cursos alternativos de la comunicación organizacional según sus canales.

Observado el panorama anterior, se aprecia que toda comunicación organizacional presenta sus propios canales de fluidez de datos, originándose desde su proceso el intercambio de información, la cual fluye de diferentes formas según su estructura sea formal e informal, ascendentes o descendientes, horizontales o verticales, pero asumiendo siempre el elemento jerárquico (Morera & Franco, 2010). Entonces, en la actualidad se observa que la comunicación organizacional mantiene la vigencia dada hace más de una década y sigue siendo la vía esencial para el intercambio de información, en todas las direcciones, debido al uso de diferentes fuentes y procedimientos, entre los cuales se mencionan la Informática, las telecomunicaciones, las inteligencias artificiales, los canales virtuales, uso de canales de comunicación del internet y la expansión de las redes sociales.

Con referencia a lo anterior, las diferentes maneras de accionar de la comunicación organizacional cuando se interactúa requiere la dirección de grupos hacia un conjunto de objetivos comunes, y vienen dadas en los canales formales, termino para aquellas las cuales se les asignan a las que fluyen dentro de la cadena de mando de la organización, pudiendo ser descendentes (desde la directiva hacia los subordinados, es decir, de arriba hacia abajo,

los medios que se utilizan son las conversaciones, reuniones, publicaciones de la empresa, correos electrónicos, llamadas telefónicas, memorandos, videos, seminarios, cartas, manuales de políticas y procedimientos); ascendentes de la jerarquía organizacional (desde los niveles bajos a los altos); las comunicaciones horizontales corresponden a los mensajes de intercambio lateral o diagonal, dados entre colegas o compañeros, dentro de la organización (Treviño, Weaver, & Brown, 2008).

Pero, se debe tener presente que según la experiencia la comunicación efectiva como tendencia global depende de la gestión y espíritu empresarial en la actualidad, la cual vienen dados en canales idóneos, con un talento humano motivado a trabajar de manera efectiva, en especial lo digital, dados a que contribuyen en la elegibilidad, la capacidad, la habilidad de comunicación organizacional para luego lograr convertirse de forma exitosa en lo organizacional virtual interactivo.

Finalmente se evidencia que, los aspectos mencionados en el párrafo anterior se ubican en el escenario actual y cuya tendencia va dirigido para aquellas denominadas comunicaciones horizontales, porque se busca que las ideas o políticas empresariales logren un equilibrio comunicacional de encuentro (Jiménez, 2019), (King Núñez, 2012). Se infiere que la comunicación organizacional como factor en gestión empresarial su éxito depende del buen manejo, pues con ello se evitan las barreras que pueden existir entre los interlocutores, el papel procesal comunicativo, el conocimiento de los canales y códigos, cuya tendencia global es la comunicación formal, pues se logra la tan anhelada relación cliente-empresa, y el uso de un canal adecuado de comunicación para el buen entendimiento y claridad del mensaje expresado según su ambiente y la acción demandada.

Comunicación Organizacional y COVID-19. La incidencia del COVID-19 en las comunicaciones organizacionales, han dado cabida para que las organizaciones en función a la comunicación deban proporcionar información empática y útil como estrategia debiendo adaptarse a las condiciones económicas y de bioseguridad. Se observa como marcas reconocidas promueven acciones en el fomento de la distancia social entre personas, ejemplo de marcas como Nike, Coca-Cola y Mc Donalds, la cual promueven el quedarse en casa (Jiménez, 2019). Por las consideraciones anteriores, la comunicación organizacional en la actualidad busca que las personas se preparen en marketing, su éxito está en la clave de

asumir una experiencia exitosa con el cliente en cuanto al crecimiento comercial, dado a que en un entorno de cambio global les favorece para adaptarse a los cambios en la conducta del cliente, revisar la empatía y confianza en las comunicaciones actuales.

En consecuencia, se aprecia que las tendencias globales de la comunicación organizacional dependen de varios factores, entre ellos la tendencia del COVID-19, que ha incidido en todos los escenarios, entre ellos la comunicación bidireccional, aquí se debe incorporar de ser posible las plataformas de comunicación abierta; para ello se debe conocer las necesidades del capital laboral; incorporar canales de comunicación bidireccionales; fomento retroalimentario comunicacional; responder de inmediato a los problemas y necesidades; existencia de una transparencia para el empoderamiento y la confianza organizacional; existencia de micro videos como proceso de información visual efectiva; omnicanalidad en soluciones digitales ajustando tiempo, canal, audiencia y dialogo; la afiliación hacia el endomarketing dirigido a los objetivos y valores de la organización, cuya tendencia digitales está en el buen uso de las herramientas de comunicación implementadas, dado al costo como estrategias comunicacionales efectivas en tanto a la participación, compromiso y productividad con orientación a las tendencias de comunicación (PMK Digital, Learning, 2020). En una comunicación organizacional se encuentran factores incidenciales que forman el hexágono organizacional de la comunicación entre ellos: el Ciclo, el Cambio, el Clima, el Comportamiento, el Compromiso y la Cultura Organizacional.

Comunicación Organizacional Como Proceso de Cambio. La Comunicación como Proceso de cambio es vista desde la tendencia global y su perspectiva está prevista conforme a dos esenciales modalidades entre ellas la comunicación formal e informal, ambas en postura de (Papic Domínguez, 2019) permiten se “dinamicen las estructuras flexibles e integradoras hacia un sistema relacional” (p.80). Así pues, se refiere a los pasos que se dan entre la fuente y el receptor como consecuencia de la comunicación. Para que la comunicación sea efectiva se requiere que exista un mensaje, que se produce entre el transmisor y el receptor.

El mensaje se convierte en una forma simbólica, después se envía a través de un canal al receptor, quien decodifica o interpreta nuevamente el mensaje original, por lo cual se da una transmisión de significado de una persona a otra. En todo caso la comunicación formal es devenida de forma típica vertical, sigue la cadena de mando, solo se limita a las

comunicaciones relacionadas con la tarea e informa acerca de la labor o actividades a desarrollar, por otro lado la comunicación informal, proviene de dirección variada, salta de niveles de autoridad, satisfacen necesidades sociales, se hace a través de instrucción, circulares y reuniones; pero lo esencial es que la tendencia global está dirigida al desarrollo de buenas prácticas comunicativas.

Desde el enfoque organizacional de la comunicación, esta se orienta en el desarrollo de las competencias personales de los trabajadores para resolver los problemas, sitúan, incentivan, comprometen a los trabajadores, en términos emocionales para mejorar el desempeño de la empresa. Este enfoque analiza la eficacia y la eficiencia de los trabajadores en su sitio de trabajo, además la confianza y el compromiso, en los puestos de trabajo. Se identifican características que son comunes en los enfoques exitosos para el cambio, estas características se refieren a: Motivar el cambio, induciendo a los trabajadores y los gerentes, para que acepten los cambios. Crear una visión compartida de las etapas futuras que se proyecta para la empresa. Conseguir apoyo político para los cambios que se requieren efectuar. Sostener el impulso que dirige el cambio, para que el proceso de cambio llegue a su término.

DISCUSIÓN

Tendencia Global del Cambio Organizacional en la Comunicación. El Cambio Organizacional es un proceso que afecta cualquier entidad como pueden ser empresas, ciudades, personas, productos, servicios, el clima, por lo que todo cambio implica transformación, alteración, diferencias en las actividades cotidianas. Los autores (Hellriegel, Jackson, & Solcum, 2005) indican respecto al cambio organizacional como aquella transformación asociada al diseño de empresa, optando al funcionamiento organizacional. Según los autores antes descritos, se analiza que en el caso de las empresas el proceso de cambio se debe cumplir en el momento en que se susciten las necesidades, las empresas ameritan efectuar modificaciones en procedimientos inherentes al trabajo, renovar equipos, maquinaria, la materia prima, efectuar mejoras en la calidad de la producción. Todos estos aspectos inciden como factores internos y externos que producen cambios constantes.

Del mismo modo, se encuentra que la tendencia global sobre la comunicación global respecto a los factores dentro de una organización, se caracterizan y vienen dados por la

búsqueda de los beneficios, los intereses, las aficiones comunes y otros factores sociales, pudiendo ser internos. También los factores internos vienen dados porque agrupan las necesidades propias de las empresas contemporáneas u organizaciones, refiriéndose a los cambios de objetivos, las cuales son ajustadas al cambio de la estructura (González, C, Díaz Fúnez, & Robledo Velásquez, 2017).

No obstante, los factores externos son contrarios a éstos, referidos a los cambios de orden social, originados en las dinámicas sociales. Ambos factores conllevan a una singular postura, y es que para que existan buenas prácticas comunicacionales estas deben ajustarse a parámetros propios de la empresa y asumir comparaciones de las usadas en otras organizaciones, las cuales conllevan a que se generen cambios y se requieran efectuar planes analíticos acordes al tipo de empresa, ya sean de bienes y servicios, educativas, de la salud, entre otras. Pero, dentro de los procesos de cambio existen factores que influyen en la relación de necesidades, las cuales confrontan las empresas u organizaciones con unas diversidades influyentes en el proceso de cambio organizacional y representativo para cualquier nivel de la sociedad.

Para ilustrar esto, el Cambio organizacional también presenta sus factores influyentes en el cambio, entrando en primer lugar la Globalización. Por lo que a nivel mundial las empresas confrontan competencia global bastante representativa, la globalización significa que muchos mercados son mundiales y atendidos por corporaciones internacionales o multinacionales, las cuales conducen a que las empresas nacionales, pequeñas efectúen modificaciones en sus operaciones; la producción se ubica en mercados globales, las empresas efectúan transformaciones en sus estructuras, operaciones para competir con éxito, en los mercados globales.

Finalmente se encuentra la Tecnología, siendo interpretada como el factor de mayor magnitud al inicio del siglo XXI, a través de ella la humanidad ha recibido grandes y poderosos instrumentos de comunicación, cuya tendencia global dirime en el favorecer el desarrollo social, el avance de la ciencia, la proliferación de la cultura, la extensión de la educación, así como también el desarrollo de la multiplicidad de factores integrantes de la sociedad.

Tendencia Global del Clima Organizacional en la Comunicación. La tendencia global respecto al clima organizacional prioriza la comunicación asertiva y efectiva en relación con la condición humana, un trato ético y justo a su profesionalismo, así como retribuciones socioeconómicas dignas y recíprocas a su talento humano puede denominarse Clima Organizacional. La tendencia global existente respecto a la contextualidad debe marcar pauta en estos últimos tiempos a la hora de comunicarnos, por eso una comunicación constante evita que los factores incidenciales en contra de la motivación, la toma de decisiones, la propia comunicación y el liderazgo, no se vean afectados, debiendo existir mayor estímulo en las actividades para lograr una comunicación efectiva.

Actualmente el comportamiento y la comunicación organizacionales solidifican el Clima Organizacional, cuya tendencia global dentro de la comunicación organizacional es abordada por los determinantes condicionales y de adaptabilidad en el equilibrio emocional laboral, allí se conjuga la calidad organizacional, para ello influye poderosamente el comportamiento y la aptitud motivacional. En sí lo que, se desea es la satisfacción de necesidades personales, no obstante, cuando las necesidades personales no cuentan con satisfacción, el clima ocasiona frustración entre los trabajadores, por eso que la Comunicación horizontal, cualquier empleado, puede tener acceso al nivel inmediatamente superior, a través de una comunicación directa (Ríos Flores, 2015).

De manera semejante, se tienen que el Clima organizacional como factor esencial dentro de la organización y para que no incida en la comunicación organizacional, la tendencia es efectuar la evaluación en las fases de productividad, desempeño y satisfacción en el trabajo. Allí se interactúa con la conducta de directivos y demás miembros como un todo, siendo factible determinar como una organización es influida por el comportamiento de sus integrantes. Dado que se permite conocer el comportamiento individual y grupal de todos, mejorar el ambiente laboral contribuyendo al logro de una mayor productividad, eficacia y eficiencia.

Tendencia Global del Comportamiento Organizacional en la Comunicación. El tema del Comportamiento organizacional en la actualidad data su tendencia global dentro de la comunicación, cuando se asume la teoría la cual reviste un carácter prioritario empresarial laboral. Se hace énfasis en los beneficios laborales y procedimentales; y por si fuera poco se

consideran el mejoramiento de la eficacia de la empresa, las soluciones acertadas de problemas institucionales. El comportamiento organizacional ventila métodos de análisis sistemático, comportamiento del capital humano, la pragmática laboral y experiencial, las técnicas de manejo de problemas, oportunidades laborales, estrategias para una mejor calidad de vida empresarial; condiciones eficaces, competitivas y sustentabilidad (Rubio, Negrón, & Valbuena, 2014).

En ese mismo contexto, se hace énfasis del Comportamiento Organizacional porque toma parte los elementos de la Disciplina Práctica desde la perspectiva de los Gerentes, los comportamientos Organizacionales sustentados en Fundamentos Teóricos, Filosóficos, Epistemológicos. Entre otras cosas se tiene que el comportamiento organizacional como disciplina práctica investiga el efecto que tienen los individuos, grupos y estructura sobre el comportamiento dentro de las organizaciones, en mejorar la efectividad de las organizaciones (Molina-Sabando, Briones-Véliz, & Arteaga-Coello, 2016). Respecto a las actitudes que se configuran en el comportamiento organizacional se orientan en un limitado número hacia la relación con el trabajo, la motivación, el clima organizacional, la satisfacción, el compromiso laboral y organizacional.

Visto este panorama, se aprecia que el Comportamiento organizacional en la actualidad genera el tema de la disciplina práctica desde la relación grupal – empresarial. Se otorga una descripción y explicación de fenómenos organizacionales, la cual están vinculados a diversas áreas. En la opinión de (Amorós, 2007) expresa que hay que considerar las ideas, conceptos, métodos y conclusiones de otras disciplinas, especialmente en materia comunicacional, Sociología, Relaciones industriales, entre otras, pero bajo la óptica vinculante a las ciencias de la sociedad, la motiva complejidad de temas de análisis en las diferentes áreas. Además, la estructura organizativa vincula el comportamiento con la aplicación de la información para el mejoramiento de la eficacia organizacional y el desempeño en el análisis que se entreteje al establecer la medida de eficacia en el desarrollo de actividades acreditándose características especiales.

Entre la características especiales se encuentran las actividades prácticas, la administración recursos humanos en las organizaciones, las aportaciones de varias ciencias dinamizan las organizaciones, el comportamiento de los individuos y de los grupos, bajo la

comprensión, pronóstico, administración del comportamiento humano en las organizaciones mediante el desarrollo organizacional, la cual es dinámico enfocado en las contingencias, es decir está inmerso en los enfoques teóricos de las ciencias del comportamiento, busca obtener el máximo provecho haciendo uso de los métodos científico aplicados a las organizaciones vivas, sociales, constituidas por personas, orientadas teóricamente hacia el microanálisis, pero con énfasis al cuidado de la teoría de las organizaciones mediante situaciones adversas como el COVID-19.

Respecto a la estructura del sistema de la organización, se orienta al como un todo, su fundamento se ubica con énfasis en comunicar, el planteamiento de decisiones, implantar liderazgo, dominio de los conflictos, también el estrés, negociar y coordinar actividades de trabajo. De igual manera, el manejo de las políticas de la empresa. Dentro de este enfoque el comportamiento organizacional se orienta en las explicaciones del comportamiento humano dentro de las empresas u organizaciones, para lo cual hace uso de las teorías respectivas. Pero eso sí, se interactúa con factores representativos, como es el caso de las rápidas transformaciones sociales, en el ambiente de los negocios, en los cambios tecnológicos, en la estructura de la fuerza de trabajo, en las perspectivas de los clientes y consumidores, en el comportamiento de gerentes y directivos. Estos factores propician que el comportamiento organizacional, tenga una importancia ascendente para el éxito de las empresas.

Es evidente entonces, asumir las teorías sobre los diferentes problemas a solucionar en el contexto de las tendencias globalizadas de la comunicación organizacional dado que según (Alvarado, 2019) manifiesta que existe gran dependencia de las tecnologías digitales en las manos de equipos especializados, pero las teorías hacen referencia a problemas, como desmotivación de participes subordinados, la dirección de la empresa, la prestación de un impecable servicio al cliente, el entrenamiento y la integración de las tareas de equipos auto dirigido; la creación de sistemas de incentivos y de recompensas que reconozcan los logros personales dentro de un ambiente de culturas de gran desempeño laboral.

El comportamiento organizacional facilita información, para resolver conflictos en áreas que son prioritarias para los gerentes, asumiendo que el objetivo principal de la teoría es su abordaje en los individuos, los grupos y la estructura organizativa. La dinámicos existente en lo que respecta a la variedad y cambio, son las diferencias individuales, la

personalidad, percepción, atribución, la motivación, además la satisfacción en el trabajo. En cuanto a los grupos, la orientación se ubica en el comportamiento de las personas que trabajan en grupos o equipos, en la toma de decisiones, las dinámicas grupales e intergrupales, además las formas de incentivar la cooperación entre personas, con el fin de que se logre el incremento en la productividad, también un buen desempeño de todos los trabajadores.

Tendencia Global del Compromiso Organizacional en la Comunicación. El compromiso organizacional en relación con la comunicación, presenta en la actualidad tendencia hacia como la lealtad, representa una actitud ante el trabajo más amplia que la satisfacción laboral, debido a que es común a que toda la organización y no sólo al empleo, en la generalidad de los casos el compromiso es más estable que la satisfacción, porque los sucesos diarios no lo modifican. En este sentido se explica que el compromiso inicial de un trabajador con una empresa se identifica por aspectos individuales como personalidad, actitudes, valores culturales, de igual manera el ajuste de la experiencia laboral a sus expectativas.

Por tal motivo, el Compromiso organizacional en opinión de (Mestre, Marcano, & Segovia, 2014) expresan que es la entrega participativa de un empleado en la organización y la forma en que se identifica con ella, dado en función al compromiso organizacional representativo de un partícipe que se identifica con una organización determinada, así como con las metas respectivas, deseando quedarse en la organización en forma permanente.

Tendencia Global de la Cultura Organizacional en la Comunicación. La Cultura Organizacional desde la óptica de la comunicación y las tendencias del Siglo XXI, están dadas en función a que la cultura como factor se encuentra presente de forma global, grupos, representaciones, organizaciones, comprende valores compartidos, así como también hábitos, costumbres, usos, tradiciones, políticas, que se transfieren de una generación a otra.

En el caso de las empresas u organizaciones, estas poseen características diferentes en estilos de vida, comportamiento, participación social, conformación estructural, trabajadores, entre otros. Cada una tiene aspectos especiales que no son tangibles, muchos de estos aspectos provienen de la cultura. La cultura organizacional es otro factor implícito y estudiado por el comportamiento organizacional, no es palpable se observa por sus efectos y consecuencias, en este tema (Felipe & Teresa, 2013) mencionan que la cultura

organizacional es un sistema compartido entre miembros de una empresa, cuya imagen la distingue de otras, es decir, es un significado producto de hábitos, creencias fundamentadas con énfasis en normas, valores y actitudes.

CONCLUSIONES

Una vez realizado el recorrido por las diferentes facetas que presenta la comunicación organizacional desde el contexto de las tendencias globales, se puede plantear que estas últimas entran a jugar un papel en los conflictos, dado a la identificación de algunos aspectos que comúnmente las teorías las definen como etapas, por ejemplo la Incompatibilidad u oposición de metas; la Cognición y personalización; las Intenciones; el Comportamiento; los Resultados, estos últimos referidos a la interacción, reacción entre las partes en conflicto y tiene consecuencias habidas en conflicto funcional o disfuncional. En el extremo, el conflicto detiene el funcionamiento del grupo y es una amenaza potencial para su supervivencia.

Como es de apreciarse, la comunicación siendo un proceso de interacción tiene el objetivo de intercambio de información, se manifiesta en cualquier nivel ya sea social, económico, político, grupal, es decir, hay comunicación siempre, ha estado presente en todas las etapas del avance de la sociedad, para dar testimonio de los hechos suscitados en cada una de estas etapas. A los efectos organizacionales es fundamental el desarrollo de la comunicación entre todos los miembros componentes, con el fin de que estén conectados e integrados, en razón a que las empresas funcionan como un sistema de cooperación, y es la comunicación el medio a través del cual las personas interactúan para alcanzar objetivos comunes. En la actualidad se observan los cambios tecnológicos e informáticos, dado que la comunicación es un factor relevante para el avance de la sociedad. La comunicación es el factor a través del cual las personas transmiten los contenidos informativos generados por su propio intelecto.

En el tema de la Tendencia Global del Cambio Organizacional en la Comunicación, se puede mencionar las Tecnologías, éstas han colaborado de forma extraordinaria en la adaptación del entorno para la satisfacción de las necesidades. Respecto a lo comentado se apoya en (Morales Asencio, 2016) quien es de la opinión que el papel fundamental en la sociedad es la cultura y las tecnologías que rodean el mundo en que vivimos, se asientan en

la sociedad por un determinado tiempo hasta ser reemplazadas, y son perfectamente integradas en nuestras vidas por su naturaleza.

En la actualidad el cambio originado en la sociedad se fundamenta a través de los elementos e instrumentos tecnológicos, éstos hacen posible la adaptación al entorno. La satisfacción de las necesidades puede darse en todos los niveles incluidos el de la educación o proceso educativo, entre otros. Para este renglón se encuentran las transformaciones provenientes de la inclusión de las tecnologías, cambios sociales, así como a la innovación tecnológica y las nuevas tecnologías dentro del ámbito comunicativo de la sociedad, relacionados con la creación de nuevas posibilidades de expresión y comunicación a nivel mundial, este último aspecto (Gallego Trijueque, 2017) señala que las redes sociales son usadas en el ámbito global convirtiéndose en herramientas propias de las generaciones digitales siendo participes del Ciclo comunicacional.

Pero (Carneiro, Toscano, & Díaz, 2019) es de la opinión de que debe darse un uso adecuado a los recursos de la comunicación, herramientas de comunicación como el lenguaje en todos los niveles, los participantes hacen desde lo trascendental el buen uso de los recursos dentro del proceso, permitiendo la existencia de un Clima organizacional idóneo.

Sobre la Tendencia Global del Clima Organizacional en la Comunicación, se aprecia que la perspectiva del Clima organizacional es aquel conjunto de características que describen la organización e influyen en el comportamiento de las personas, se permite considerar de vital importancia los factores que intervienen, por ejemplo, el tamaño de la organización, la estructura, complejidad de los procesos, y el estilo del liderazgo. La tendencia actual sobre el clima en las organizaciones es su importancia cuando satisface las necesidades personales de los trabajadores, es decir aquellas necesidades que se encuentran en estrecha relación con las condiciones de trabajo que poseen. (López López, 2014)

Expresa que el clima organizacional no es más que aquellas propiedades motivacionales, mediante el cual los escenarios de la organización satisfacen sus labores de manera motivada y sin contratiempos o “es resultado de las percepciones comunes de los miembros que tienen contacto con una estructura” (p.21) Sin embargo (De González & De Maldonado, 2007) opinan que el clima organizacional como conjunto de características, se

permite asumir la descripción organizacional y la incidencia en el comportamiento de sus partícipes.

Ahora bien, la Tendencia Global del Comportamiento Organizacional en la Comunicación al carácter de disciplina práctica, es el comportamiento organizacional que contempla en la actualidad la tendencia a obtener los objetivos o metas, así como los principios fundamentales de su acción. (Amorós, 2007) Opina que es un proceso donde se evalúa el modo en que se conducen las personas, cómo se comportan y cómo lo hacen, cuál puede ser la conducta futura de los empleados.

Se aprecia que los Recursos Humanos, las Políticas y las Prácticas Intervienen como factores de considerable importancia para el comportamiento organizacional, la cual alcanza su nivel más alto de sofisticación cuando se agrega una estructura formal a nuestro conocimiento previo del comportamiento del individuo y el grupo. Es interesante ver como la toma de decisiones incide como factor consistente en la ejecución a una elección entre diversas alternativas. En sí la comunicación, corresponde a la fase de transmisión de información, entre las partes, pero se asumen cambios socioculturales, técnicos y científicos, conteste con realidad actual de las redes sociales que enlazan nuevas tecnologías de la información y comunicación.

En relación con la Tendencia Global del Compromiso Organizacional en la Comunicación, es vista con gran compromiso organizacional, porque se fundamenta en características conformadas por: la aceptación de metas, valores de la empresa, disposición de ejercer un esfuerzo representativo para el bienestar de la empresa, un gran deseo de permanecer dentro de la empresa.

Respecto a la Tendencia Global de la Cultura Organizacional en la Comunicación, en la actualidad y venideros años la Cultura es parte dentro de la comunicación organizacional se hace necesario conocer los enfoques desde la Innovación y aceptación del riesgo, la Atención al detalle respecto a la precisión, análisis y atención; Orientación a los resultados como forma de administración de eventos, Orientación a la gente cuyas decisiones se toman en cuenta; Orientación a los equipos respecto a las unidades de trabajo organizadas por equipos; Estabilidad aquí las actividades organizacionales hacen énfasis en mantener la Cultura Organizacional. Debe existir la creatividad y de la disposición a asumir riesgos en el

Mercado, este último es una cultura de mercado, la relación entre el individuo y la organización es contractual. Los niveles más altos de desempeño son intercambiados por mayores recompensas, de acuerdo con lo establecido en un calendario. La cultura de mercado con frecuencia está vinculada a metas de desempeño.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, J. P. (2019). “Influencia de la gestión universitaria en el clima organizacional Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Ciudad de Manta – Ecuador”. *Tesis para obtener el grado académico de Doctor(a) en Ingeniería Industrial*. Manabí: Escuela de Postgrado (Doctoral dissertation, Universidad Laica loy Alfaro de Manabí). Página | 175
- Amorós, E. (2007). *Comportamiento Organizacional En Busca del Desarrollo de Ventajas Competitivas*. Chiclayo: USAT - Escuela de Economía.
- Bastidas Espinosa, V. G. (2018). La estructura organizacional y su relación con la calidad de servicio en centros de educación inicial. Caso: Centro de Educación Inicial Martín Lutero de Quito. *Tesis (Maestría en Administración de Empresas)*, 147. Quito, Ecuador: Bastidas Espinosa, Víctor Germán. La estructura organizacional y su relación con la calidad de servicio en centros de educación inicial. Caso: CentrUniversidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- Carneiro, R., Toscano, J. C., & Díaz, T. (2019). *Los desafíos de las TIC para el cambio educativo*. Madrid: Santillana.
- De González, M. M., & De Maldonado, I. P. (2007). Gestión del clima organizacional: una acción deseable en la universidad. *Laurus*, 13(24), 290-304.
- Felipe, L., & Teresa, M. (2013). La cultura organizativa como herramienta de gestión interna y de adaptación al entorno: un estudio de casos múltiple en empresas murcianas. (*Doctoral dissertation, Universidad de Murcia*). Universidad de Murcia.
- Gallego Trijueque, S. (2017). Redes sociales digitales: información, comunicación y sociedad en el siglo XXI (2000-2010). *Tesis inédita de la Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Documentación, leída el 01-04-2016*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- González, L., C, Díaz Fúnez, P., & Robledo Velásquez, J. (2017). *La Organización Informal y sus Efectos en las Capacidades de Innovación*. Recuperado el 02 de marzo de 2021, de http://www.altec2013.org/programme_pdf/1296.pdf
- Hellriegel, D., Jackson, S., & Solcum, J. (2005). *Administración. Un enfoque basado en competencias (10 Ed.)* (10 edición ed.). Mexico: McGraw-Hill.

- Jimenez, C. (17 de octubre de 2019). *Cinco Tendencias del Mercado Global*. Recuperado el 02 de marzo de 2021, de <https://www.carlosjimenez.info/cinco-tendencias-del-mercado-global-para-el-2021/>
- King Núñez, K. I. (29 de marzo de 2012). *Comunicación organizacional: tipos, flujos, barreras y auditoría*. Recuperado el 01 de marzo de 2021, de Gestipolis. Administración: <https://www.gestipolis.com/comunicacion-organizacional-tipos-flujos-barreras-y-auditoria/>
- López López, E. (2014). Clima organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa centro de especialización y capacitación profesional del Perú. *Tesis para optar al Grado Académico de Magister en Administración*. Molina, Perú: UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN.
- Lorenzo Kómova, E. (25 de marzo de 2015). *Comunicación organizacional para mejorar la gestión de calidad y el servicio en ECASA S.A.* Recuperado el 01 de marzo de 2021, de Lorenzo Kómova Elena. (2015, marzo 25). Comunicación organizacional para mejorar la gestión de calidad y el servicio en ECASA S.A.: Lorenzo Kómova Elena. (2015, marzo 25). Comunicación organizacional para mejorar la gestión de calidad y el servicio en ECASA S.A.<https://www.gestipolis.com/comunicacion-organizacional-para-mejorar-la-gestion-de-calidad-y-el-servicio-en-ecasa-sa/>
- Mestre, J., Marcano, A., & Segovia, F. (2014). Compromiso organizacional: estímulo de éxito del personal docente en las universidades privadas de Venezuela. *ECONÓMICAS CUC*, 35(1), 91-106.
- Molina-Sabando, L. A., Briones-Véliz, Í. B., & Arteaga-Coello, H. S. (2016). El comportamiento organizacional y su importancia para la administración de empresas. *Dominio de las Ciencias*, 2(4), 498-510.
- Morales Asencio, P. (2016). *Programa “Cibernautas Creativos” y su influencia en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales*. Talara.
- Morera, J. L., & Franco, L. P. (2010). La comunicación en las organizaciones. *NTP 685*. España: Ministerio de asuntos sociales y del trabajo.

- Osuch-Rak, E., Proczek, M., & Szczepańska, P. (2018). De la economía del conocimiento a la economía del aprendizaje: la política de innovación de la UE y los retos económicos mundiales. *Estudios Económicos*, 372, 122-135. *Estudios Económicos*, 372, 122-135.
- Papic Domínguez, K. (2019). Los tipos de comunicación organizacional interna en establecimientos educacionales municipalizados en Chile. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 10(1), 63-83.
- Patrone, I. (s/f). *Tendencias de la comunicación organizacional 2020*. Recuperado el 02 de marzo de 2021, de Comunicación Interna: <https://olivia-la.com/tendencias-2020-en-comunicacion-interna/#:~:text=Tendencias%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional%202020%2C%20una%20historia%20permite%3A,de%20pertenencia%20de%20los%20colaboradores>
- PMK Digital, Learning. (15 de mayo de 2020). *¿Cómo las Soluciones Digitales Impactan Hoy la Comunicación Organizacional?* Recuperado el 02 de marzo de 2021, de <https://pmkvirtual.com/blog/comunicacion-organizacional/>
- Ríos Flores, P. D. (2015). Ríos Flores, P. D. L. (2015). El Empowerment Organizacional: Revisión de modelos teóricos y su aplicabilidad en la gestión empresarial. *TRABAJO FIN DE MÁSTER*. UNIVERSIDAD DE ALMERÍA.
- Rubio, J., Negrón, M., & Valbuena, A. (2014). Estrategia para generar crecimiento del capital humano en el marco del comportamiento organizacional en el sector público. *CIVITAS*, 3(1), 64-86.
- Sorlózano González, M. (2015). *Administración y gestión de las comunicaciones de la dirección*. ADGG0108. Malaga: I.C Editorial.
- Treviño, L., Weaver, G., & Brown, M. (2008). Es encantador en la parte superior: niveles jerárquicos, identidades y percepciones de la ética organizacional. *Business Ethics Quarterly*, 18(2), 233-252.

Trujillo, I., Hernandez, A., Chavarro, D., Vélez, M., Tovar, G., Niño, A., y otros. (2018).
MACROTENDENCIAS HACIA EL 2030. El mundo y América Latina. Colciencias.
Bogotá: Subdirección General. Unidad de diseño.