

Estrategias de comunicación interna entre miembros del Programa de psicología en la UCC, sede Villavicencio, en pandemia Covid 19.

Maritza Cárdenas Martínez

ID. 501239

Angélica Santana Rojas

ID. 471192



Programa de Psicología

Universidad Cooperativa de Colombia

Campus Villavicencio

Seminario Gestión Humana y Desarrollo Organizacional

Lida Galvis

Director de investigación

Aida Ingrith Martínez Barreto

Codirectora

Enero, 29 de 2021

Tabla de Contenidos

Resumen.....	
Introducción	5
Planteamiento del problema.....	7
Justificación	10
Objetivos	13
Marco referencial	14
Metodología	26
Anexos.....	36
Referencias.....	32

Lista de tablas

Tabla 1 Categorías de análisis.....	23
Tabla.1 Criterios de inclusión.....	25

Resumen

La comunicación es una herramienta que nos permite a los seres humanos establecer una relación directa con el mundo que nos rodea, permitiendo que seamos transmisores y receptores constantes de información, esta nos ayuda a desarrollarnos cada día más y a dar soluciones a múltiples áreas de nuestra vida incluyendo la personal y laboral. La presente propuesta de investigación, tiene como objetivo identificar las estrategias de comunicación que emplean la comunidad académica (docentes, administrativos y estudiantes del Programa de psicología pertenecientes a la Universidad Cooperativa Campus Villavicencio en tiempos de pandemia Covid 19, por medio de Instrumentos técnicos como lo son entrevista semiestructurada y el consentimiento informado, en una población conformada por cuerpo docente, administrativos y estudiantes pertenecientes al Programa de Psicología, el enfoque utilizado en esta propuesta de investigación es Cualitativo con diseño de Investigación- Acción ya que se cuenta con la finalidad de resolver un problema cotidiano vinculado a las estrategias de comunicación en un ambiente organizacional y educativo, bajo el modelo la comunicación organizacional de Fernández (2009). La muestra se hará por un muestreo no probabilístico de máxima variación con el fin de indagar el problema desde distintas posturas, teniendo en cuenta que la participación de los sujetos será voluntaria.

Palabras clave: Cambio Organizacional, comunicación, innovación organizacional, estudiantes, docentes, administrativos.

Introducción

Actualmente se cuenta con una herramienta de interacción necesaria como lo es la comunicación, esta nos permite establecer relaciones directas con la realidad del mundo que está en constante cambio y nos rodea, la comunicación nos permite ser transmisores y receptores de un movimiento de información que nos ayuda a desarrollarnos cada día como seres cambiantes vinculados a diversas actividades que requieren de una comunicación ya sea de tipo visual, oral, escrita o no verbal.

En el mundo del hoy por hoy la comunicación se ha convertido en un factor crucial dentro de todo tipo de organizaciones ya sean de carácter público, privado o social, porque en todas ellas, existe los canales de comunicación, estos pueden ser abiertos o cerrados y son compartidos por los miembros de la organización, se ha considerado que sin la comunicación ninguna organización podría existir ya cada proceso desarrolla una habilidad que transforma la interacción directa de los trabajadores con su funcionalidad dentro de la organización y las diversas áreas de desarrollo organizacional.

La comunicación organizacional depende de otro tipo de procesos para llevar a cabo una buena comunicación interna, como lo son la confidencialidad, las diferentes maneras de expresarse, la protección de información emitida y recibida, entre muchas otras que generan la necesidad de actuar en el ámbito de la comunicación organizacional y propender por generar cambios u estrategias que permita poner orden, modelos y variedad en la manera en que esta se está llevando a cabo dentro de una empresa u organización, por esta misma razón se tiene como propósito la identificación e implementación de estrategias de cambio en la comunicación que se pueda estar teniendo dentro de la Universidad Cooperativa de Colombia, también se pretende

identificar los canales y modelos de comunicación, junto a las falencias de comunicación que pueden ser intervenidas desde modelos de la comunicación organizacional propuesto por Fernández (2009)

Fernández (2009) en su propuesta teórica menciona como la comunicación organizacional es relevante en el mantenimiento y desarrollo de un adecuado clima organizacional, partiendo de la relevancia que tiene el reconocimiento de habilidades, aptitudes y disposición de los empleados a mantener una adecuada comunicación organizacional. Desde su teoría se habla de comunicación interna y externa como los factores que intervienen en el proceso comunicacional de las organizaciones.

Esta propuesta quiere indagar y reconocer esos aspectos que posiblemente puedan afectar el clima laboral y la comunicación entre los miembros del programa de psicología de la Universidad Cooperativa de Colombia, y así mismo generar una propuesta sobre los cambios que se pueden trabajar dentro de la organización para que a pesar de las dificultades se mantenga una comunicación efectiva y activa, esto por medio de una investigación de enfoque cualitativo y con un diseño de investigación acción. y haya una satisfacción mutua dentro de los docentes, administrativos y estudiantes del programa de psicología, que permita resultados óptimos y positivos a la comunidad educativa y a la comunidad en general que reciben los distintos beneficios que se generan como producto de un buen trabajo y cumplimiento de los objetivos de esta organización.

Planteamiento del problema

La universidad Cooperativa de Colombia sede Villavicencio cuenta con diferentes programas académicos en los que se encuentra psicología, conformados por docentes, administrativos y estudiantes; quienes han tenido que asumir durante alrededor de nueve meses la reacomodación de sus funciones y una nueva metodología de trabajar a causa del confinamiento obligatorio al que han sido expuestos a nivel nacional y mundial, sin ningún tipo de preparación o aviso, lo que pudo dificultar múltiples procesos que contribuían a un buen desarrollo organizacional, entre esos y como tema de interés para la presente investigación es la comunicación.

A causa de lo anterior, los funcionarios tuvieron que idear nuevas maneras para continuar cumpliendo sus funciones y todo en cuestión de días, debido a que no se podía efectuar un cese laboral pues el año académico había comenzado su curso; por lo cual, desde las directivas hasta los funcionarios, docentes y estudiantes, tuvieron que comenzar prácticamente desde cero, reorganizarse, en tiempos y en actividades. Por esta razón se brindó la alternativa del teletrabajo, cada uno de estos cambios trajeron múltiples consecuencias como las problemáticas de conectividad, retrasos en cumplimientos de diversos compromisos, discusiones, problemáticas internas, tensiones, debates, cese y cierre de muchas actividades, así como reinventar otras, que los forzaron a tener una constante comunicación, incluso más de la que había antes de la contingencia Covid 19.

Esto generó en ellos más responsabilidades a las que tuvieron que darles un nuevo orden, nuevas indicaciones y, por lo tanto, nueva información por procesar y emitir, que muchas veces generaban confusiones y conjeturas, por lo que tuvieron que haber más reuniones de docentes, para lograr mantener una comunicación clara y concisa que fuera compartida por todos los

miembros. A partir lo anteriormente expuesto, es necesario comenzar a identificar las problemáticas ocurridas para de esta manera generar estrategias que permitan comenzar a solventarlas.

Como expresa Arellano, (2008) una estrategia de comunicación refiere permite que la comunidad organizacional conozca que es lo que sucede a su alrededor , así como también “sirve para estimular una actitud positiva sobre las condiciones socioculturales en que se encuentra la organización” (Arellano, 2008, P.10); desde esta perspectiva la empresa desde la comunicación sería capaz de proponer una expansión personal que permita realizar labores comunes, en la que todos trabajan bajo una misma identidad, solamente por el rol comunicativo que adquiere la organización, al reconocer su importancia.

Por tal razón que se debe pensar en la intervención de los procesos comunicacionales organizacionales como una instancia que permita el buen desarrollo laboral y logro de objetivos organizacionales, y en un futuro sea capaz de adaptarse a la contingencia existente y no vuelva a haber un descongelamiento brusco de estos procesos y aspectos tan cruciales de la vida organizacional, por este mismo motivo surgiría la necesidad de responder. Berracoli refiere que una estrategia de comunicación permitiría genera un mejoramiento al servicio interno y externo que aporta la organización a sus proveedores y a su público consumidor (Berracoli, 1998, citado por Arellano, 2008, P. 4).

Weil, confirma que la nueva cultura organizacional está sustentada en una comunicación institucional que tiene como objetivo lograr los cambios que necesita la empresa, y la integración de valores compartidos que dirijan todas las labores del personal (Weil, 1992, citado por Arellano, 2008, P. 10). Con todo esto, es clara la importancia de la comunicación organizacional y que

generar estrategias que permitan trabajarla cada vez mejor dentro de las organizaciones permitirá que los miembros compartan un mismo objetivo, una misma identidad y sus labores sean coordinadas gracias a una eficaz comunicación dentro de la empresa, la metodología de esta investigación es de tipo cualitativa, con un diseño de investigación acción. Con todo lo anteriormente mencionado se desarrolla el cuestionamiento que direcciona la investigación dando lugar a:

¿Cuáles son las estrategias de comunicación interna entre los miembros del programa de psicología de la UCC, sede Villavicencio, frente a la emergencia sanitaria Covid 19?

Justificación

Desde el área organizacional, se reconoce que la comunicación tiene unos elementos que tiene como finalidad apoyar los procesos de mejoramiento continuo a través del dialogo que permite a su vez un trabajo en equipo, confianza entre colaboradores, que facilitan el paso de mensajes y manejo de información entre su entorno por los canales de comunicación que se fortalecen con la comprensión y divulgación de la información, para esta investigación se tiene en cuenta una línea de investigación salud y sociedad debido a que es de gran importancia tener claro que la salud es un proceso vital en el entorno social y laboral.

Telles expone que la comunicación corporativa habla con gran importancia de la realidad de la organización y de la identidad corporativa interna (Telles, 2005, citado por Rodríguez, 2016 P. 4) haciendo referencia a que la comunicación permite la existencia de una buena organización, así pues, la comunicación organizacional es el reflejo de cómo funciona la organización y cómo se comportan sus miembros unos con otros y con la organización en sí. Así mismo Telles lo confirma al reiterar que la transmisión de la información por parte de la organización no se refiere solamente a recibir y emitir sino a los actos, al proceder mediante el cual todas las organizaciones difunden información sobre su identidad, misión, forma de hacer las cosas y hasta sobre sus clientes (Telles, 2005, Rodríguez, 2016 p. 4). Viéndolo de esta manera; la comunicación se vuelve una hoja de presentación de la organización ante el mundo externo, de ahí que sea de gran relevancia trabajar en ella.

Ahora bien, la Universidad Cooperativa de Colombia es una institución que en su núcleo está fundamentado en un hacer solidario, por ende ofrece una variedad de servicios a la comunidad, lo que hace que cuente con áreas, subáreas y subfunciones donde se debe mantener

una sincronía para la buena ejecución de las distintas tareas, la cual que se puede lograr por medio de la comunicación activa y efectiva de las distintas áreas, así mismo mantiene un enlace directo con su entorno exterior, estudiantes, familiares, favorecedores de créditos por comuna, entre muchos otros, que requieren que la comunicación organizacional que mantenga la empresa permitan que la interacción interna como externa sea la ideal; una que permita la mediación de las actividades humanas que se viven dentro de esta organización, de modo que todos trabajen bajo en una misma sintonía, donde no haya cabida a afirmaciones como “no es mi responsabilidad”, “no estoy enterado o informado”, pues estas pueden generar confusión, discordia y disgusto tanto internamente como externamente. Esta propuesta está vinculada a la línea de investigación de salud y sociedad debido a que busca promover estrategias amigables con la salud de individuo, busca mejorar comunicación asertiva, trabajo en equipo y cuenta con desarrollo organizacional, es viable debido a que es orientada a la promoción y prevención de un buen manejo de la comunicación en las organizaciones, además de eso es factible para la realización de nuevas investigaciones y para ejecutar un plan de intervención con la población con la que se está trabajando.

Junto a esto es necesario resaltar que la universidad cuenta con áreas que están muy conectadas entre sí, ya que manejan los mismos clientes y procesos, que hace que se complementan entre sí, por lo que manejar una comunicación en la que se dé cabida a este tipo de expresiones hace para los clientes o para el ambiente externo una división y un mal servicio para ellos, que es justo lo que no quiere ninguna organización dentro de sus objetivos laborales. Por tal razón, incurrir en estrategias de cambio que propendan por una mejora de estas problemáticas permitirá que haya una adecuada reestructuración de sus redes de comunicación, por lo tanto, esforzarse por ofrecer a cada uno de sus miembros competencias de comunicación asertiva y activa, así como la

debida retroalimentación generaría que la universidad cuente con un equipo unificado en una misma cultura organizacional, motivado y preparado para afrontar cualquier situación. Así como poder brindar información necesaria y eficaz sobre lo que se necesite saber e informar de la organización, desde su filosofía y visión, hasta los aspectos más claves de las funciones y servicios que esta ofrece.

Así mismo, comunicarse permitirá que todos sepan y trabaje en pro de lo que surge fuera de ella, en el entorno que les rodea, sus clientes, especialmente de sus estudiantes, para de este modo lograr buenas relaciones comunicativas con estos, en cualquier tipo de situaciones y que han de volverse parte fundamental de esta organización, es importante para el cuerpo de estudiantes ser parte de una organización fundamentada en dichas capacidades y valores, y también poder disfrutar de los beneficios que traen consigo estos cambios organizacionales, pues generaría que los estudiantes no tengan dificultades a la hora de hacer uso de los servicios que les ofrece la universidad, o conflictos al querer resolver dudas o requerimientos de todo lo que rodea su proceso académico, sino por el contrario, sentirse tranquilo de la forma en que la universidad y todo el personal a cargo llevan a cabo cada uno de los procesos que son de interés para toda la comunidad educativa.

Objetivos

Objetivo General

Identificar las estrategias de comunicación interna entre miembros del programa de psicología de la Universidad Cooperativa de Colombia Campus Villavicencio frente a la emergencia de salud pública Covid-19.

Objetivos específicos

Identificar las falencias existentes dentro de las estrategias de comunicación interna entre miembros del programa de psicología de la Universidad Cooperativa de Colombia Campus Villavicencio con la llegada de la pandemia Covid 19.

Describir las estrategias de comunicación interna ascendentes y descendentes entre miembros del programa de psicología de la Universidad Cooperativa de Colombia Campus Villavicencio con la llegada de la pandemia Covid 19.

Marco referencial

Marco teórico

Cambio en la comunicación organizacional

Con el inicio del covid-19 y las situaciones que se han generado a causa de este , ha llevado a que se comiencen a generar múltiples estrategias de comunicación con el fin de garantizar a la sociedad una estabilidad y transparencia en términos de cómo nos comunicamos, ya que se ha identificado que muchos trabajadores experimentan “confusión, y ansiedad, debido a mensajes apresurados, conflictivos o inadecuados” (Deloitte,2020, P.7); por lo que se hace necesario que las organizaciones comiencen a generar estrategias de comunicación que traigan consigo nuevas experiencias significativas para empleadores y empleados.

Giraldo reconoce entonces que todo cambio afecta directamente a la comunicación, pues es por medio de esta que se comparten las decisiones, las misiones, y se busca la comprensión y la transmisión de la información que permita una mejora en cada uno de los procesos clave de la organización, al tener a los miembros bajo una comunicación organizacional efectiva. Por consiguiente, y como otro factor de gran relevancia, es de interés considerar las nuevas tecnologías y su incidencia en los procesos de comunicación, ya que gracias a esas nuevas tecnologías las organizaciones han podido contar con “herramientas tecnologías para la difusión oportuna, rápida, ágil y efectiva de los mensajes en el mundo global” (Giraldo, 2015, P. 6).

Los trabajadores pueden al mismo tiempo conocer información en tiempo real a través de esta tecnología de la información, pero también ha generado desventajas al haber confusiones, mal manejo de las telecomunicaciones, poca confiabilidad en la información que se recibe, entre otras. Por lo que cada vez son más “los esfuerzos por mejorar los sistemas que tienen como objetivo la generación, suministro y mantenimiento de la información.” (Giraldo, 2015, P. 7); Sin embargo, las organizaciones se han olvidado de un factor crucial y es que la tecnología en si es un factor que facilita los diversos procesos, pero no puede pasar por encima de las capacidades individuales.

Giraldo ante esto reitera que “los sistemas por si solos no hacen el trabajo más eficiente, ni brindan confiabilidad a los datos, ni cambian los procesos. La capacidad de reflexionar, crear e integrar es exclusiva de los seres humanos” (Giraldo, 2015, P.8): razón por la cual las entidades deben darle relevancia a los procesos intrínsecos que lleva a cabo su personal en la recepción y transmisión de la información, trabajar con ellos cada día para que la información recibida sea comprendida, estar dispuestos a resolver dudas, y trabajar en ellos las competencias óptimas para trabajar de la mano con la información recibida por las telecomunicaciones.

Concepción de la Comunicación frente a emergencia sanitaria Covid 19

Como señala Cruz, Gonzáles y Pereira, (2017) la concepción de la comunicación está vinculada con la interacción que se plantea entre personas para asemejar a un significado en la mente de la otra por medio de la emisión de mensajes verbales o no verbales. En la actualidad el sentido de la comunicación ha venido evolucionando acorde a la globalización y el uso de las nuevas tecnologías que generan cambios en los movimientos sociales y en las técnicas de comunicación.

Por otro lado se encuentra que el mundo y la comunicación están inmersos en la sociedad del conocimiento, donde el saber, la información y las relaciones interpersonales vienen siendo resignificadas debido a los diversos cambios, un ejemplo claro es el cambio que se ha dado de la comunicación en el periodo de pandemia Covid- 19 debido a que se han empezado a implementar nuevas tecnologías para darle auge a la comunicación y formar demanda en redes sociales, plataformas digitales y nuevos medios de comunicación que armonizan el trabajo y funcionalidad de organizaciones, educativas, sociales y económicas.

Teoría de la comunicación organizacional

Desde el punto de vista de Fernández (2009) se entiende la comunicación organizacional como el conjunto de símbolos, mensajes e información que se intercambia en un contexto organizacional o empresarial, así como entre este mismo contexto y diferentes agentes externos a la organización. De este modo propone los mensajes que se dan dentro de la organización están representados en distintos niveles y maneras, los cuales trascienden de forma relevante teniendo en cuenta los canales de comunicación con los que se cuenta dentro de la organización. Otra concepción que Fernández (2009) tiene sobre la comunicación organizacional es el reconocimiento como una disciplina que tiene como objeto de estudio la forma en que se da la comunicación como fenómeno dentro de las organizaciones, así como la forma en que dichas formas de comunicaciones afectan la comunicación con los agentes externos. Es entonces, donde se hace énfasis en la importancia que tienen los canales de comunicación establecidos dentro de las organizaciones y las interacciones comunicacionales entre la organización y sus clientes o usuarios.

Finalmente, propone un enfoque en el que la comunicación organizacional se entiende como el conjunto de técnicas y actividades que están encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de

información entre los empleados de las organizaciones, o bien, las organizaciones y el medio en que se desarrolla como ente económico, dentro de este Fernández (2009) reconoce la relevancia de tener en cuenta las opiniones, actitudes y conductas que tiene los agentes tanto internos como externos de la organización, esto con el fin de tener presente la forma en que cada agente que rodea y hace parte de la organización influye en su clima laboral y comunicación organizacional. Partiendo de este último enfoque el autor clasifica la comunicación organizacional en comunicación interna y comunicación externa.

Comunicación interna: se entiende como el conjunto de actividades que se desarrollan dentro de la organización con el fin de crear optimas relaciones con y entre os miembros de esta, permitiendo así que las interacciones internas de la organización se generen desde el reconocimiento de la importancia de la estabilidad del clima laboral, la cual está conectada con la forma en que la comunicación organizacional se da entre los mismo empleados y miembros de la organización y sus estrategias están dirigida a que el equipo de trabajo, fomentan el proceso de comunicación asertivo que les permita optimizar sus recursos y el encadenamiento efectivo en la organización. Dentro de la comunicación interna, el autor plantea que existen premisas para desarrollar los cambios en la organización, los cuales están relacionados con la dirección **ascendente o descendente** entre los colaboradores de la misma, enmarcados en la atención oportuna, confianza para eliminar la incertidumbre y el trato asertivo, como pilares para la ejecución y su avance.

Comunicación externa: hace referencia al conjunto de mensajes que pueden ser emitidos por un miembro de la organización hacia alguno de los diferentes agentes externos, lo cual, de

forma directa afectara ya sea de forma positiva o negativa el rendimiento y comportamiento que genere a raíz de dicha interacción.

Estrategias de Comunicación Orientas al Desarrollo de la Cultura Organizacional

Como expresa Arellano, (2008) la comunicación es un componente de elecciones que permiten encontrar espacios específicos para implementar diversos estilos comunicativos, esta da un sello personal a la organización y a cada individuo que está relacionada a ella, cuando se habla de cómo lograrlo se vinculan objetivo y estrategias propuestas para ejecutar un nivel de acción. Dentro del uso de las estrategias de comunicación para alcanzar los objetivos y desarrollar una cultura organizacional basada en la comunicación interna adecuada, encontrase en su estructuración las siguientes:

- La pertenencia de los valores y la identidad
- La calidad en el servicio
- El ambiente de trabajo
- El sentido de arraigo de los empleados dentro de la organización.

La estrategia de comunicación se compone de un proceso técnico el cual se encuentra trabajando bajo la lógica de la producción, circulación y consumo de información, de igual modo la estrategia de comunicación permite que las acciones comunicativas se lleven por medio de procedimientos que interconectan la capacidad de identificar y corregir falencias dentro del manejo de la información, la facultad para operacionalizar las tareas asignadas donde la materia prima son la información y la comunicación, la posibilidad de dar una retroalimentación hacia el diseño y la ejecución del sistema y la estrategia de comunicación (Arellano, 2008).

Tipos de estrategias de Comunicación

El autor Martín, (1994) citado en Arellano, (2008) manifiesta que existen cuatro tipos de comunicación orientadas al desarrollo de estrategias de gestión y comunicación organizacional

1. Comunicación por asamblea: En este tipo de comunicación los integrantes se reúnen en varias ocasiones para intercambiar información.
2. Comunicación por emisarios: Aquí una persona se encarga de transmitir la información a los integrantes del grupo.
3. Comunicación por res: aquí la información es destinada por medio incluyente o excluyente es decir a ciertos integrantes de la organización.
4. Comunicación mediada por la tecnología: Aquí se transmite la información a partir de medicinas cognitivas y estructurales en plataformas abiertas.

Con base en lo anterior, para la presente propuesta se considera tomar los dos autores anteriormente mencionados frente a la comunicación y a las estrategias de comunicación, claramente Fernández (2009) nos menciona la comunicación interna y externa, cabe resaltar que la comunicación interna se desarrolla de forma ascendente y descendente, por otro lado mencionamos a Arellano(2008) quien nos plantea estrategias de comunicación tales como: la pertenencia de los valores y la identidad, la calidad en el servicio, el ambiente de trabajo y el sentido de arraigo de los empleados dentro de la organización esto con el fin de generar comunicación entre los miembros de la organización en este caso la Universidad Cooperativa de Colombia campus Villavicencio.

Marco Empírico

Hay muchas organizaciones que tienen dificultades en su desarrollo y en la manera en que le hacen frente a una serie de problemáticas internas y externas que dificultan su óptimo funcionamiento. Una de estas; ha sido determinar y reconocer la importancia de una eficaz comunicación interna, y la incidencia que tienen los procesos comunicacionales en las distintas áreas empresariales, así como la manera en que esto se ve reflejado en la forma en que desarrollan y ofrecen sus productos y servicios, y como llevan a cabo propuestas, innovaciones, proyectos, etc.

Internacionales

Segredo et al (2017) en su artículo de investigación comunicación organizacional como dimensión necesaria para medir el clima en las organizaciones en salud pública buscaban describir la comunicación organizacional como una dimensión del estudio del clima organizacional. Para su desarrollo se estableció un análisis del contenido bibliográfico encontrado el cual debía pasar por revisión de expertos para determinar su veracidad, confiabilidad y viabilidad para ser tomados como referencias de investigación. Así, después de la revisión bibliográfica se encontró que la comunicación puede ser definida como una dimensión del clima organizacional el cual está dividido en categorías: estímulo al desarrollo organizacional, aporte a la cultura organizacional, proceso de realimentación y estilos de comunicación.

Wills et al (2017) en su trabajo la relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional: el caso de una universidad ecuatoriana, establecieron como objetivo de investigación indagar la relación existente entre la satisfacción con la comunidad interna de la institución y el compromiso organizacional que se evidencia dentro de esta. Para su desarrollo se estableció un diseño mixto secuencial el cual se realiza en tres fases de investigación.

Así, la investigación permitirá determinar la forma en que la satisfacción está estrechamente relacionada con compromiso que tienen los miembros de la organización con la misma.

Charry (2018) en su artículo la gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público estableció como objetivo identificar la correlación existente entre comunicación interna y clima organizacional por medio de un proceso de investigación con enfoque cuantitativo y diseño no experimental, tomando como muestra poblacional 200 trabajadores, tomados por medio de un muestreo de tipo probabilístico aleatorio simple estratificado. Para el análisis de la información se contó con encuestas de comunicación interna y clima laboral. En el proceso de investigación se encontró que para los trabajadores el clima organizacional no está relacionado de ninguna forma con la comunicación interna de la empresa, manifestando que las dificultades a las que se han enfrentado como organización son independientes de posibles dificultades de comunicación.

Uvidia (2018) en su trabajo diseño de estrategias de comunicación integral de marketing en el posicionamiento de la empresa TECNOLOGIACOM YAGO CIA LTDA de la ciudad de Riobamba plantearon como objetivo dar solución a la problemáticas que existen dentro de la empresa, todas relacionadas con las deficiencias comunicacionales, en este sentido se quiere que a través de la formulación de estrategias de comunicación se pueda mejorar la situación de la empresa y su organización interna, tras realizar una serie de análisis y diagnóstico de la empresa se identificó que esta empresa tiene muchas debilidades internamente.

Arévalo y Ortiz (2019) desarrollaron una investigación en México la cual se evidencia en su artículo comunicación organizacional de la ética en las organizaciones del tercer sector. Para su desarrollo se contó con una muestra de 40 organizaciones de sectores de Chile, España, Inglaterra

y México los cuales llevan a cabo su proceso de comunicación por medio de plataformas web que permiten la virtualidad y agilidad de los procesos dentro de las organizaciones. Entre los principales hallazgos encontrados se puede observar como las organizaciones de tercer sector de Chile y España tienen un mayor avance sobre lo que sería la construcción de su valor ético como organización, así mismo manifiestan la importancia que tiene la adecuada comunicación en la organización para el desarrollo y fortalecimiento del compromiso organizacional.

Nacionales

Fontalvo, Quejada y Puello (2011) en su trabajo la comunicación organizacional como agente dinamizador de la mejora continua en los sistemas de gestión establecieron como objetivo el reconocimiento que tiene la comunicación organizacional en los procesos de gestión. En este sentido y por medio del análisis hecho a diferentes organizaciones se encontró como la comunicación organizacional se convierte en una herramienta esencial ya que por medio del uso y manejo adecuado de esta permite que dentro de las organizaciones los procesos de gestión se lleven a cabo de forma óptima respetando los procedimientos y demostrando un adecuado trato de la información que se maneja dentro de la organización.

García, Arias y Gómez (2013) en su trabajo relación entre comunicación y cambio organizacional en trabajadores de una empresa del sector terciario, plantearon como objetivo determinar la relación preexistente entre la comunicación y el cambio organizacional, para su desarrollo se realizó la investigación bajo un diseño correlacional transversal, el cual se caracteriza por medio la existencia de relaciones entre fenómenos y ser evaluados en una única línea de tiempo de investigación. En dichos procesos y por medio de la aplicación del instrumento de medición de comunicación organización y la medición del cambio organización se encontró que, en la muestra

de 50 funcionarios de una empresa de Bogotá, existe un nivel de correlación alto entre la comunicación y el cambio organizacional, lo que permite deducir como la comunicación para esta empresa es parte de los pilares de la empresa a nivel organizacional y reglamentario.

En Cali, Colombia, se generó un plan de mejoramiento para la comunicación organizacional en la empresa Acuavalle, para el periodo 2020-2024, donde se realizó un diagnóstico de la entidad y se logró identificar falencias en la comunicación interna y externa, los autores trabajaron bajo un modelo cualitativo y cuantitativo que les permitió reconocer que solían tener problemáticas a nivel interno, entre ellas lo que son el talento humano y las relaciones laborales (Amaris, Duran y Jiménez, 2019, P. 14). Las autoras resaltan la importancia de la comunicación al expresar que mantener una conexión y misma sintonía entre miembros de una organización es que haya canales de comunicación óptimos. Un factor importante que se identificó dentro de esta empresa es que hay cambio de gerencia cada cuatro años, y según los resultados obtenidos esto general que se vea afectado pues no hay una correcta adecuación a los nuevos cambios y su constancia, es decir, no se considera que sea un tiempo prudente para que se logre una estabilidad y por lo mismo, se genera la existencia de tantas falencias, pues está en un constante cambio de orden.

Muñoz y Valencia (2017) en su trabajo roles de la comunicación organizacional en la gestión del conocimiento: oportunidades y desafíos a partir de experiencias de grandes empresas antioqueñas, plantearon como objetivo analizar la comunicación organizacional en veinte empresas de diferentes sectores económicos de la región. Encontrando en dicho contexto que, a partir de un estudio exploratorio se evidencio la forma en que las empresas tomadas como muestra poblacional para la investigación utilizaban estrategias de comunicación en el proyecto de gestión

del conocimiento, sin embargo, los autores reportan que según los resultados las empresas no cuentan con áreas que se encarguen o dediquen a la comunicación corporativa.

Jiménez, N (2017) en su investigación quiere evidenciar la dificultad en la comunicación organizacional del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con el fin de plantear una propuesta encaminada a mejorarla. Lograron evidenciar que, si tenían una comunicación satisfactoria, aun así, el autor recomienda que la empresa debe concentrarse en lo que es la práctica de retroalimentación personal y así tener una comunicación efectiva. Pinzón (2018) el enfoque de esta investigación es una investigación documental, que busca hacer un balance introspectivo de los procesos de planeación estratégica de la comunicación interna y externa, en el sector empresarial productivo en la ciudad de Medellín y Bogotá. Lograron evidenciar que los equipos de trabajo de comunicadores, creen que se necesita una unidad de discurso y llevarse a cabo con los lineamientos de comunicación.

Parra (2011) en esta investigación se busca describir la estrategia de comunicación que implemento, el ministerio de defensa durante el periodo de gobierno de Álvaro Uribe Vélez, (2002-2006), esto mediante una investigación de tipo documental para así poder comprender los distintos conceptos que aparecen durante la investigación. Con los resultados lograron evidenciar que el periodo de mandato, implementaron estrategias que beneficiara a toda la ciudadanía y no tener que dejar a ningún individuo por fuera, ya que el presidente durante su mandato tuvo comunicación directa con los ciudadanos.

Carvajalino, D y Guevara, J (2019) tuvieron el interés de realizar esta investigación debido a la importancia de los procesos de lo que es la comunicación interna y externa, dentro de la institución Francisco de Paula Santander, el cual se desarrolló con un grupo de personas entre los

16 y 60 años, las cuales tenían comunicación directa con la universidad, lo que beneficio a la investigación. Con los resultados lograron comprobar que, los miembros de esta institución si tienen una buena comunicación y además de eso, la influencia positiva de esa buena comunicación en el éxito del desarrollo que se lleva en esta, también evidenciaron que tienen aspectos por mejorar y que es necesario trabajar en esto para el buen desarrollo de la institución.

Córdoba, B y Urbano, L (2019). Esta propuesta de investigación tiene como objetivo diseñar una estrategia de comunicación para mejorar la imagen de la fundación Social Colombiana nuestra meta, para poder cumplir con el objetivo planeado decidieron realizar una identificación de necesidades y problemáticas en la comunicación interna y externa realizando una investigación de tipo cualitativa, con los resultados, lograron obtener las bases necesarias para la elaboración de las estrategias. Naranjo, Z y López, S (2017). Estos autores, tienen como objetivo en esta propuesta hacer uso de los conocimientos sobre lo que es la comunicación organizacional, en la empresa telecomunicaciones Colombia, y así poder proponer estrategias de mejora.

Metodología

El tipo de enfoque de esta investigación es de tipo cualitativo, ya que propende por la recolección y análisis de datos a fin de identificar las categorías de análisis para dar respuesta a la pregunta de investigación del presente estudio. Según Hernández, Fernández y Baptista en 2014. Este es un enfoque que hace uso de una recolección y análisis de datos para responder las preguntas de investigación o también generar nuevas preguntas que se dan dentro del estudio buscándose principalmente la expansión y abarcamiento de la información.

Diseño de investigación

La presente investigación es de tipo investigación-acción participativa ya que se tiene por objetivo aportar información descriptiva de los procesos comunicacionales que sirvan de fundamento para la elección de soluciones que propendan por mejorar el estado actual de dicha categoría dentro de la facultad de psicología de la Universidad Cooperativa de Colombia. Salgado (2007) refiere que su razón de ser es dar respuesta a problemas habituales y con esto mejorar prácticas, así como poder brindar información que sirva para que se tomen decisiones sobre los distintos procesos, así como reformas estructurales.

Población

Este estudio estará conformado por el cuerpo docente, administrativos y estudiantes, pertenecientes al programa de psicología de la Universidad Cooperativa de Colombia Sede Villavicencio.

Muestra

La muestra se hará por medio de muestreo no probabilístico de máxima variación, con el fin de indagar el fenómeno desde distintas posturas, representar lo complejo del fenómeno que será estudiado o bien testificar la diversidad para localizar diferencias y coincidencias, patrones y particularidades (Hernández, Fernández y Baptista, 2014); así mismo la participación de los sujetos será voluntaria teniendo en cuenta los perfiles de interés, elegidas después de hacer una revisión contextual sobre los valores y experiencias del grupo que responda a la invitación del presente estudio, teniendo en cuenta que las personas elegidas tendrán que contar los criterios de inclusión que se presentan a continuación.

Tabla 1

Participantes	Criterios de inclusión	Criterios de exclusión.
----------------------	-------------------------------	--------------------------------

Cuerpo administrativo, docente y estudiantil, pertenecientes al programa de psicología de la Universidad Cooperativa de Colombia Sede Villavicencio.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sea parte del programa de psicología de la universidad cooperativa de Colombia Sede Villavicencio. 2. Lleven haciendo parte de la universidad un mínimo de 3 años. 3. Sean parte de alguna de las categorías mencionadas en el grupo poblacional, cuerpo docente, directivo y estudiantil. 4. Cuenten con comunicación directa con las funciones y servicios de la facultad. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No cumplir con alguno de los criterios de inclusión. 2. No haber participado en un estudio sobre comunicación en los últimos 10 meses.
---	--	--

Participantes: Criterios de inclusión para la aplicación del instrumento y participación del estudio.

Fuente: Elaboración propia

Instrumentos

Para este estudio se utilizará en la recolección de los datos dos instrumentos, una entrevista semiestructurada. La entrevista semiestructurada se aplicará de forma individual, sin la presencia de terceros. Es de resaltar que se aplicará un consentimiento informado diseñado para este estudio, con el fin de garantizar la seguridad de los datos de los participantes, el análisis de los datos se realizará utilizando el software ATLAS-TI ya que este permite extraer, categorizar y vincular segmentos de datos, el software ayuda a descubrir patrones y probar hipótesis. Friese, (2019).

A continuación, se describen las categorías de análisis sobre las cuales se diseñó el instrumento para esta investigación.

Tabla 2*Categorías de análisis para el estudio*

Categorías	Subcategorías	Definición
Comunicación Interna Ascendente	<ul style="list-style-type: none"> ○ El sentido de arraigo de los empleados dentro de la organización. ○ La calidad en el servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ El sentido de pertenencia hace que un colaborador se sienta parte de la empresa y tome los objetivos del equipo como propios. Arellano (2008). ○ Aspecto más importante, para asegurar la permanencia de la empresa. Arellano (2008).
Comunicación Interna Descendente	<ul style="list-style-type: none"> ○ Comunicación positiva. ○ La pertenencia de los valores y la identidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ La forma en la que se transmiten los mensajes, influye en como son percibidos. ○ Fortalecer el sentimiento de que todos somos uno. Arellano (2008).

Fuente: Elaboración Propia

Procedimiento

1. Se seleccionará la cantidad de participantes que respondieron a esta invitación y que cumplen con los criterios de inclusión para este estudio.
2. Se hará un acercamiento inicial donde se dará a conocer la intención del estudio y lo que se quiere lograr con el mismo, así como las categorías que se analizarán.
3. Se hará la aplicación de la primera entrevista individual, así como el diligenciamiento del consentimiento informado, en la que se especifica que su participación es voluntaria y necesaria para el progreso de esta investigación, así como que la información proporcionada será de uso confidencial.
4. Se hará el registro de la primera entrevista, así como de los datos recolectados dentro de una matriz de base de datos de los entrevistados, donde a su vez se irán discriminando las categorías y subcategorías a analizar.

5. Se recolectarán los datos de la autoobservación realizada, se contrastarán y analizarán según las categorías y subcategorías de análisis.
6. Finalmente, al haber recolectado todos los datos, y contar con la base de datos de los participantes, se realizará la tabulación de la información y su posterior análisis por medio del software ATLAS-TI.
7. Concluyéndose con la elaboración del informe final de los resultados y análisis obtenidos, y con esto las conclusiones y discusiones que darán final al presente estudio.

Consideraciones éticas

Para la realización de esta propuesta tuvimos en cuenta el acuerdo de ley 1090 de 2006 “Código Deontológico y Bioético en Colombia” el cual nos indica que todo profesional en psicología está en la obligación de conocer y acatar las normas propuestas por el colegio Colombiano de Psicólogos, dos de los principios fundamentales en este proceso son el principio de igualdad, según este principio la persona no puede ser sancionada por hechos que no estén definidos en la ley como punibles. Y las faltas que se pueden cometer siendo psicólogos están postuladas en las siguientes fuentes: ley 1090 de 2006 y ley 2007.

En el título V de los derechos, deberes, obligaciones y prohibiciones del profesional de psicología. Artículo 10. Deberes y obligaciones del psicólogo. Es deber guardar del psicólogo guardas absoluta reserva de la persona, situación o institución de los motivos de consulta y la identidad de los pacientes, en excepción a los casos contemplados por la ley. Del mismo modo en el artículo 28, la información obtenida profesionalmente no debe ser nunca beneficio del

profesional o de terceras personas. De igual forma pasa con los registros de datos obtenidos, deben ser guardados bajo la responsabilidad del psicólogo, protegida impidiendo que personas

Referencias

- Amaris, L., Duran, Y., Jiménez, B. (2019). Formulación de un plan de mejoramiento de la comunicación organizacional para a empresa Acuavalle. S.A. E.S.P periodo 2020-2024. COLOMBIA. Unicatolica. Recuperado de: https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/1840/FORMULACION_PLAN_MEJORAMIENTO_COMUNICACION_ORGANIZACIONAL_PARA_EMPRESA_ACUAVALLE_S.A._E.S.P_PERIODO_2020_2024.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arellano, E. (2008). La estrategia de comunicación orientada al desarrollo de la cultura organizacional. *Razón y Palabra*, 13 (2), 1-15. Recuperado de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2019.sep.2/46141>

Arévalo, R. y Ortiz, H. (2019). “Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector”. *El profesional de la información*. 28 (5). Recuperado de <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.22>

Charry, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comuni@cción*, 9(1), 25-34. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lng=es&tlng=es.

Código Ético y Deontológico 1090 del 2006. [En línea] Recuperado de https://legislacion.vlex.com.co/vid/psicologia-dicta-deontologico-bioetico60054118#section_9

Deloitte. (2020). Comunicación y conexión. Las personas primero durante el COVID-19. *Rev. Deloitte*. Pg. 1-24. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/human-capital/Deloitte-ES-human-capital-las-personas-primero-covid-19-conexion.pdf>

Fernández, C. (2009). La comunicación en las organizaciones. México: Trillas. Pp. 11-15

Fontalvo, T., Quejada, R. y Puello, J. (2011). La comunicación organizacional como agente dinamizador de la mejora continua en los sistemas de gestión. *Encuentros* (29). 147-160. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476655976011>

García, M., Arias, F. y Gómez, P. (2013). Relación entre comunicación y cambio organizacional en trabajadores de una empresa del sector terciario. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 9 (1), 81-95. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=679/67926246010>

Giraldo. (2015). Un cambio de comunicación para organizaciones en tiempos de cambio. *CienciaRed UPB*, 1-20. Recuperado de <https://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/253/fisec04giraldo.pdf>

Hernández, R., Baptista, P., Fernández, C. (2014). Metodología de la investigación. MEXICO. McGrawHill. Vol. 6. pg. 1-589 <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Muñoz, D., Valencia, J. (2017). Roles de la comunicación organizacional en la gestión del conocimiento: oportunidades y desafíos a partir de experiencias de grandes empresas antioqueñas. *POLIANTEA*, 13 (24), 1-25. Recuperado de <https://doi.org/10.15765/plnt.v13i24.819>

Organización De Las Naciones Unidas [ONU]. (2020). *Sectores y empresas frente al COVID-19: Emergencia y reactivación* [informe Especial]. *ONU CEPAL*. (4), 1-24. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/4/S2000438_es.pdf

Rodríguez, A. (2016). La comunicación dentro de las organizaciones. *Rep. Unimilitar*, 1-23. Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14976/RODRIGUEZ%20MORALESANGELA%20YOJANA2016.pdf?sequence=1>

- Segredo, A., García, A., López, P., León, P. y Perdomo, I. (2017). Comunicación organizacional como dimensión necesaria para medir el clima en las organizaciones en salud pública. *Horizonte sanitario*, 16(1), 28-37. Recuperado de <https://doi.org/10.19136/hs.v16i1.1256>
- Uvidia, J. (2018). Diseño de estrategias de comunicación integral de Marketing para el posicionamiento de la empresa TECNOLOGIACOM YAGO CIA LTDA. De la ciudad de Riobamba. *ESPOCH*, 1-106. Recuperado de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/9185/1/42T00472.pdf>
- Wills, N., Cevallos, M., Sadi, G. y Ancin, I. (2017). La relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional: el caso de una universidad ecuatoriana. En: *Austral Comunicación*, 6(1):133-160. Recuperado de <https://doi.org/10.26422/aucom.2017.0601.wil>

Lista de Apéndices

Apéndice A: Consentimiento Informado.....	36
Apéndice B: entrevista semiestructurada.....	38

Apéndice A. Consentimiento Informado.

DOCUMENTO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Partiendo de las consecuencias generadas a nivel organizacional a causa de la pandemia Covid 19 a nivel mundial, particularmente en Colombia y el departamento del Meta, específicamente en su ciudad capital Villavicencio, lo cual ha llevado a declararlo una necesidad a ser intervenida. En consecuencia, se propone realizar este estudio desde un enfoque investigación-acción que permita realizar un diagnóstico de las categorías asociadas a la comunicación organizacional dentro de la Universidad Cooperativa de Colombia.

Usted ha sido seleccionado para participar en este estudio de investigación. *Si accede de forma voluntaria y consciente hacer parte de este proyecto, por favor firmar y diligenciar.* La información que aquí suministre y durante la duración del estudio será totalmente confidencial y solamente será utilizada para los propósitos propios de esta investigación, sus datos personales no serán revelados en las publicaciones de artículos, congresos o reuniones que se convoquen para dar a conocer los resultados del actual estudio. Usted podrá retirarse en cualquier momento sin que esto afecte su atención o situación en la institución.

Por lo que haciendo uso de mis funciones legales, mentales y volitivas, de manera consciente y sin ninguna clase de presiones, Yo _____, Identificado (a) con cedula de ciudadanía N° _____ de _____, manifiesto que es de mi agrado **participar voluntariamente en el proyecto de investigación “Estrategias de comunicación entre miembros del Programa de psicología, Universidad Cooperativa de Colombia, sede Villavicencio, en pandemia Covid 19”** Desarrollado por las estudiantes Maritza Cárdenas Martínez y Angélica Santana Rojas.

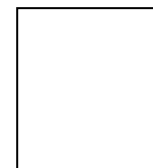
Acepto participar voluntariamente y sin ningún tipo de presión en el presente estudio SI__ NO __

Dejando constancia con mi firma y huella de lo aquí estipulado

Nombres y apellidos del participante:

Huella:

Firma: _____



Cédula de ciudadanía: _____

Teléfono

Apéndice B. Entrevista semiestructurada

<i>Datos sociodemográficos.</i>
Edad:
Sexo: Femenino ____ Masculino __ Sin especificar ____
Estado civil: Soltero __ Casado__ Viudo ____ Unión libre __ Separado ____
¿Cuál es su lugar de procedencia?
¿Ciudad donde reside?
Ocupación
<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de escolaridad
Primaria ____ Secundaria ____ Bachiller ____ Técnico __ Tecnólogo ____ Pregrado ____ Posgrado ____
¿Actualmente trabaja? Sí____ No____
¿Qué rol desempeña en su trabajo?
<i>Comunicación</i>
1. ¿Para usted qué importancia tiene la comunicación dentro del programa de psicología?
2. ¿Considera que existe una buena comunicación con sus jefes o superiores?
3. ¿En caso de ser estudiantes, con sus docentes?
4. ¿Considera que sus opiniones, quejas, o peticiones son escuchadas por los funcionarios de la facultad? ¿SI__ NO__? Porqué?

5. ¿Siente la suficiente confianza para discutir/debatir con libertad los problemas o inconvenientes que presenta en la facultad?
6. ¿Recibe la pertinente retroalimentación acerca de la información recibida constantemente?
7. ¿Qué aspectos considera usted que han dificultado una comunicación clara y eficaz entre los miembros de la facultad durante la contingencia Covid-19?
8. ¿Ha experimentado alguna emoción incómoda o molesta respecto a la comunicación con los miembros del programa durante la contingencia Covid-19? estrés, frustración, angustia, inconformismo, otra?
9. ¿Considera que recibe la información de manera clara y concisa para realizar eficazmente su rol dentro de la facultad?
10. ¿Las instrucciones que son compartidas por los distintos miembros de la facultad son claras?
11. ¿La información que recibe suele ser por rumores, o canales informales de comunicación?
12. ¿Considera que hay una coordinación y sintonía entre sus compañeros del mismo nivel para la solución de dudas y problemas?
13. ¿Enumere tres (3) aspectos que creerían necesarios para mejorar la comunicación entre los miembros del programa sea la más eficiente?
14. ¿Considera que la forma de comunicación por medio de la virtualidad es efectiva para el desarrollo de sus actividades?
15. ¿Considera que dentro del programa existe un sistema óptimo de comunicación de doble vía dentro de la organización?
16. ¿El programa le brinda la oportunidad de expresar sus ideas o consejos para mejorar las practicas que dificultan su buen desempeño?

17. ¿Los miembros del programa manifiestan sus objetivos e información formal sobre la misma de tal forma que se cree un sentido de identidad dentro de todos los miembros?

18. ¿Qué les aconsejaría a los miembros del programa para llevar a cabo una comunicación interna y externa de manera eficaz?