

Transdigital[®]

revista científica



Vol. 5 Núm. 9.

Enero - junio 2024.

Sociedad de Investigación sobre Estudios Digitales S. C.
ISSN: 2683-328X

Transdigital[®]

revista científica

Transdigital es una publicación semestral bajo el modelo de publicación continua y es editada por la Sociedad de Investigación sobre Estudios Digitales S.C.

Dirección: Circuito Altos Juriquilla 1132. C.P. 76230, Querétaro, México. Tel. (442) 301-3238, www.revista-transdigital.org, aescudero@revista-transdigital.org. Editor en jefe: Alexandro Escudero-Nahón (ORCID 0000-0001-8245-0838). Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2022-020912091600-102, ISSN 2683-328X, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor (México). Responsable de la última actualización: Editor en jefe: Dr. Alexandro Escudero-Nahón.

Hasta ahora, la revista ha sido indizada en: *Latindex*, *DOAJ*, *ERIHPLUS*, *REDIB*, *EuroPub*, *LivRe*, *AURA*, *DRJI*, *BASE*, *MIAR*, *Index Copernicus*, *OpenAire-Explore*, *Google Scholar*, *ROAD*, *Sherpa Romeo*, *WorldCat*, *CiteFactor*, *Dimensions* y *Eurasian Scientific Journal Index*.

Todos los artículos en la revista *Transdigital* están licenciados bajo Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0). Usted es libre de: Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente. La persona licenciante no puede revocar estas libertades en tanto usted siga los términos de la licencia. Lo anterior, bajo los siguientes términos: Atribución — Usted debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante. No hay restricciones adicionales — No puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia.

ISSN INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

latindex
catálogo

DOAJ

ERIHPLUS
EUROPEAN REFERENCE INDEX FOR THE
HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

REDIB
Red Iberoamericana
de Innovación y Conocimiento Científico

EuroPub
REVISTA DE INVESTIGACIÓN SOBRE ESTUDIOS DIGITALES

LivRe
Revistas de libre acceso

AURA

DRJI
Directory of Research
Journals Indexing

Academic
Resource
Index
ResearchBib

BASE
Belford Academic Search Engine

MIAR
Matriz de Información para el
Análisis de Revistas

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

OpenAIRE
EXPLORE

Google
Scholar

refseek*

ROAD
DIRECTORY OF OPEN ACCESS
SCHOLARSHIP
RESOURCES

Sherpa Romeo

WorldCat[®]

CiteFactor
Academic Scientific Journals

Dimensions

ESJI
Eurasian
Scientific
Journal
Index
www.ESJIndex.org

Comunicación asertiva organizacional en el desempeño de una Institución de Educación Superior

Assertive organizational
communication in the performance
of a Higher Education Institute



Ma. Guadalupe Montes Reséndiz
Universidad Autónoma de Querétaro, México
ORCID: 0009-0009-7489-0839



Jehudaniel Reséndiz Martínez
Universidad Autónoma de Querétaro, México
ORCID: 0000-0001-9042-4111



María Isaura Morales Pulido*
Universidad Autónoma de Querétaro, México
ORCID: 0000-0001-9737-3089



*Autora de correspondencia

Sección: Artículo de investigación

Fecha de recepción: 23/01/2024 | Fecha de aceptación: 21/04/2024

Comunicación asertiva organizacional en el desempeño de una Institución de Educación Superior

Assertive organizational communication in the performance of a Higher Education Institute

Resumen

La comunicación asertiva es una habilidad que puede aprenderse y enseñarse a partir del sistema educativo. En el ámbito empresarial, contribuye a la creación de una imagen institucional positiva, mejora la actitud del capital humano hacia la obtención de resultados, y transmite la importancia de la actividad que realiza cada integrante. Esta investigación se llevó a cabo en la Universidad Autónoma de Querétaro, Campus Cadereyta, específicamente en la Facultad de Contaduría y Administración. Involucró a 18 docentes y administrativos. El objetivo fue determinar si la comunicación asertiva era esencial para el desempeño de una organización, en este caso, una Institución de Educación Superior. O, si por el contrario, no tenía influencia alguna. Se elaboró un cuestionario compuesto por 15 preguntas, las cuales se centraron en tres variables de estudio. Estas variables emergieron como resultado de una investigación preliminar, durante la cual se realizó, a su vez, un análisis del marco teórico y conceptual de la investigación. Se obtuvo como resultado de la encuesta una fuerte creencia en la importancia de la coherencia entre los aspectos visuales, verbales y vocales para lograr una efectiva comunicación asertiva.

Palabras clave: organización, comunicación asertiva, Instituciones de Educación Superior, capital humano

Abstract

Assertive communication represents a skill that can be learned and taught from the educational system. Likewise, in the business field, contributes to the creation of a positive institutional image, improves the attitude of human capital towards obtaining results and transmits the importance of the activity carried by each member. The research was carried at the Cadereyta Campus of the Autonomous University of Querétaro, specifically in the FAA, involving 18 teachers and administrators as actors, with the objective of determining whether assertive communication is essential for the performance of an organization, in this case an HEI, or if on the contrary, it has no influence. It was developed a questionnaire of 15 questions focused on three study variables. These variables emerged as a result of a preliminary investigation, during which an analysis of the theoretical and conceptual framework of the master's thesis research was carried out. As result of the survey, it was obtained a strong belief in the importance of coherence between visual, verbal and vocal aspects to achieve effective assertive communication.

Keywords: organization, assertive communication, Higher Education Institutions, human capital

1. Introducción

Como seres humanos, poseemos el impulso de compartir nuestros pensamientos, sentimientos, emociones e ideas, entre otros aspectos. Al exteriorizar estas vivencias, se van delineando y revelando los rasgos distintivos de la personalidad de cada individuo. La comunicación es esencial en todos los entornos y comunidades, debido a nuestro deseo intrínseco de expresar pensamientos, emociones y conocimientos. Cuando la comunicación es insuficiente o inapropiada, a menudo surge un conflicto interpersonal (Subiela García et al., 2014, p. 277).

La comunicación ha sido un parteaguas en el buen funcionamiento de las organizaciones. Es la clave para generar confianza entre los miembros de la organización y lograr el trabajo en equipo al interior de la organización. Hoy en día, ya no es suficiente solo con *decir las cosas*; más bien lo importante es *saber decirlas*, pues el recurso humano cada vez es más vulnerable ante las palabras o las actitudes. Ahora se tiene que pensar en la forma adecuada de decir qué hacer. Es por ello la importancia de la comunicación asertiva en las organizaciones así como en las Instituciones de Educación Superior (IES).

El lenguaje posibilita una amplia variedad de expresiones que incluyen la oralidad, la gestualidad y la escritura, fomentando el reconocimiento de la comunicación como un ciencia social enfocada en explicar los intercambios comunicativos y su impacto en la sociedad. Así se puede inferir que ambos conceptos: lenguaje y comunicación, son capacidades fundamentales que deben estar presentes en todos los seres humanos (Sánchez Vega & Ospina Nieto, 2020, p. 15).

La interacción continua y dinámica en las organizaciones, que se manifiesta a través del habla, la escritura o el uso de señales, juega un papel crucial en el enriquecimiento del conocimiento individual. En un entorno organizacional, estos modos de comunicación no sólo facilitan la transferencia de información, sino que también promueven el aprendizaje colaborativo y el intercambio de ideas. Cada conversación o intercambio de documentos contribuye a acumular experiencias y perspectivas que enriquecen la comprensión y las habilidades de los individuos. Además, estas interacciones pueden inspirar innovación y creatividad, permitiendo que los empleados descubran y desarrollen nuevas soluciones a problemas comunes, fortaleciendo así la base del conocimiento colectivo de la organización. La adquisición de información promueve el intercambio cultural y social, además de ser el vehículo que posibilita el desarrollo y evolución, tanto de la sociedad en su conjunto como de individuos, hacia metas u objetivos concretos (Prieto-López & Llor-Ávila, 2021, p. 551).

2. La comunicación asertiva

La comunicación asertiva es un estilo de comunicación en el que se expresan ideas, sentimientos y necesidades de forma directa, segura, tranquila y honesta, al mismo tiempo que se es empático y respetuoso con las otras personas. Se trata de una forma de comunicación diplomática y equilibrada en la que se comparte el propio punto de vista y se defienden los propios derechos. Al mismo tiempo, se tienen en cuenta los sentimientos de los demás y se respetan sus creencias y derechos.

Caballero-Velázquez et al. (2018) mencionan que el estilo de comunicación refleja cómo la personalidad de un individuo influye en la forma en que se organiza, lidera y se involucra en interacciones con otros. El estilo personal de comunicación de cada individuo refleja una manera única de expresión que se adapta y varía en función de los distintos contextos sociales en los que participa (p. 18). Este estilo no solo incluye las palabras que se eligen, sino también el tono de voz, los gestos, la postura y otros elementos no verbales que enriquecen la interacción. Al pasar de un entorno a otro, las personas se ajustan intuitivamente en su forma de comunicarse para alinearse mejor con las expectativas y normas culturales de cada grupo. Este proceso de adaptación es esencial para mantener relaciones armoniosas y efectivas, permitiendo que los individuos se integren satisfactoriamente en diversas esferas de la sociedad.

En este sentido, la comunicación asertiva representa un elemento fundamental en la forma en que el individuo se comunica y su manera de ser tolerante, sin dejar de lado el respeto hacia los demás, teniendo en cuenta sus puntos de vista. Es importante destacar también que los gestos juegan un papel crucial, ya que mediante ellos se pueden revelar diversas condiciones o estados del individuo; a través de estos componentes, es posible identificar las necesidades de la persona o detectar áreas de mejora, considerando que la asertividad es una habilidad que se desarrolla gradualmente en una organización (Bernal-Álava et al., 2022, pp. 687-688).

Roca (2014) aborda las habilidades sociales desde una perspectiva científica psicológica, identificando tres aspectos clave en su estudio. Primero, se consideran las conductas que pueden observarse directamente, como los gestos, la mirada y el contenido de lo que se comunica verbalmente. Segundo, se examinan los componentes fisiológicos, como la activación intensa del sistema nervioso que ocurre en situaciones de ira o ansiedad. Tercero, se analizan las cogniciones; es decir, los pensamientos y creencias que influyen en cómo percibimos y valoramos la realidad, lo cual a su vez afecta nuestro comportamiento (pp. 10-14).

En este sentido, Lara Mazón (2022) menciona que la comunicación es un proceso dinámico mediante el cual se transmite y recibe diversa información a través de signos, símbolos, gestos, silencios y lenguaje verbal y no verbal. Este proceso implica constantemente la decodificación y el aprendizaje consciente, empático y crítico de los mensajes, considerando los distintos factores y condicionantes que influyen en cada momento y lugar (p. 42).

Los elementos visuales son esenciales para fortalecer la conexión entre quienes participan en un intercambio de mensajes, facilitando la reconciliación y motivado por la participación activa en el proceso comunicativo. Sin embargo, un contacto visual deficiente a menudo puede señalar falta de interés o indiferencia hacia el contenido compartido. El contacto visual actúa como un mecanismo de retroalimentación vital en la comunicación, especialmente entre los integrantes de la organización. A través de este, es posible discernir las reacciones del otro y ajustar los niveles de atención, estableciendo así una secuencia que contribuye a un ciclo efectivo de comunicación (Bohórquez Guamán et al., 2023, p. 52).

Otro elemento importante dentro de la comunicación asertiva refiere a los elementos vocales los cuales desempeñan un papel crucial en la comunicación a través de la voz y comprenden los siguientes aspectos:

- Tono y entonación: estos elementos son esenciales para captar la atención del oyente y evitar distracciones. Los tonos altos de voz pueden resultar irritantes e impedir la comprensión de la información; tonos demasiados bajos pueden permitir interferencias que anulen la comunicación. Hernández-Carrera (2019), menciona que es indiscutible cómo las emociones influyen notablemente en cómo hablamos, cuando se encuentra en una situación de enojo es común que el tono sea más alto y rápido, a diferencia de una situación en calma, donde el tono suele ser más bajo y lento (p. 136).
- Énfasis: La voz no debe ser monótona, tediosa o confusa. Es fundamental emplear un equilibrio adecuado de tono, volumen y entonación para facilitar la comunicación efectiva, ya que estos brindan expresividad y significado al discurso, generan matices que capturan la atención del interlocutor, previenen las distracciones y fomenta un interés activo en la recepción de información (Bohórquez Guamán et al., 2023, p. 53).
- Elementos verbales: se relacionan con el uso del lenguaje o código común. Las diferencias en los orígenes culturales, las edades y los intereses de las personas pueden implicar la ausencia de un código compartido. Petrone (2021) afirma que la comunicación verbal es más íntima y se puede personalizar en tiempo real según las respuestas que se reciben, suele ser menos costosa de realizar y se beneficia de los elementos no verbales, aunque su naturaleza irrevocable significa que las personas no se pueden retractar de lo dicho con anterioridad. Es útil para expresar emociones y sentimientos, transmitir mensajes simples y breves para comunicados que buscan generar un impacto inmediato (p. 189).

Se entiende ampliamente que la comunicación interna desempeña un papel crucial en la realización de metas y objetivos dentro de una organización. Esta va mucho más allá de meramente transmitir información; es fundamental un proceso relacional que busca fomentar la comprensión y la empatía entre las personas. Este proceso implica no sólo un diálogo, sino también un intercambio activo que incluye encontrar puntos comunes, crear espacios para el debate y fomentar la participación activa. Es precisamente en estos aspectos donde reside el potencial para sensibilizar y conectar profundamente con los demás. Analizar cómo las Instituciones de Educación Superior (IES) están comunicándose es esencial para identificar y desarrollar métodos que potencien su progreso y mejoren la comunicación interna, ampliando así su capacidad para avanzar hacia sus objetivos institucionales (Herranz de la Casa & García Caballero, 2021, p. 169).

Las organizaciones que implementan directrices claras de comunicación entre sus miembros no solo facilitan el flujo de información, sino que también fomentan el desarrollo de competencias comunicativas a través del uso de canales efectivos y adecuados para cada situación (Lachira Estrada et al., 2020, p. 73). Establecer políticas y prácticas claras en la comunicación ayuda a los empleados a entender cómo y cuándo transmitir mensajes, qué medios utilizar y la manera de adaptar su mensaje a distintos públicos internos y externos.

Por lo que, no solo mejora la eficiencia y la claridad en el intercambio de información, sino que también contribuye a la creación de un ambiente laboral más integrado y colaborativo. Al incentivar la utilización de diversos

medios, como reuniones presenciales, correos electrónicos, intranet y plataformas de comunicación digital, las organizaciones promueven una cultura de comunicación inclusiva y accesible, permitiendo así que todos los miembros de la organización se sientan comprometidos y partícipes en los procesos. Este enfoque sistemático en la selección de los medios más apropiados para la difusión de mensajes ha optimizado sus procesos comunicativos, permitiéndoles alcanzar sus objetivos de manera más efectiva y posicionarse de manera destacada en su entorno.

La capacidad de elegir el canal más conveniente para cada tipo de mensaje ha resultado ser un factor clave en su éxito, mejorando la eficacia y efectividad en la transmisión de información y en la consecución de sus metas corporativas. Las emergentes modalidades de comunicación y las conexiones forjadas mediante la llamada Web 2.0 presentan un desafío extenso y complicado, tanto para las empresas tradicionales, como para la sociedad en su conjunto (Campos Freire, 2008, p. 279).

En este sentido, Egúsqiza Pereda (2000) menciona como características de una persona asertiva aquella que posee una notable habilidad para expresarse de manera libre y sin reservas, resaltando los siguientes puntos:

- Habilidad que se extiende, tanto en las interacciones con individuos desconocidos como con quienes tiene una relación cercana, caracterizando su manera de comunicarse de manera directa, honesta y pertinente.
- El núcleo de su comportamiento tiene un profundo respeto hacia sí misma, reconociendo y aceptando sus propias limitaciones mientras mantiene una alta valoración personal y favorece su autoestima.
- Amor propio saludable y aceptación incondicional de su ser en su totalidad.
- Claridad sobre los objetivos, dedicación y esmero para alcanzarlos, adoptando una postura proactiva en la vida, que favorece la materialización de su metas mediante acciones concretas, en lugar de adoptar una actitud pasiva, y esperar que las circunstancias cambien mágicamente a su favor.
- En el ámbito de las relaciones interpersonales, ejerce su capacidad de aceptación o rechazo hacia los demás de manera delicada, pero determinada, estableciendo límites claros sobre quiénes serán considerados amigos y quienes no, con base en un equilibrio emocional bien gestionado.
- Libertad de expresar sus sentimientos de manera abierta, evitando caer en los extremos de reprimir sus emociones o expresarlas de forma agresiva o destructiva.

Así, la asertividad se manifiesta no solo como una forma de comunicación, sino como una filosofía de vida que abarca el respeto por uno mismo, la gestión emocional equilibrada y una actitud positiva proactiva hacia la realización personal y la construcción de relaciones saludables (Egúsqiza Pereda, 2000, p.120). No solo se destaca como un método de comunicación efectivo, sino también como una filosofía de vida integral que implica varios aspectos fundamentales en el bienestar personal y social. Una persona cultiva un profundo respeto por sí misma, lo que se refleja en la capacidad de expresar sus sentimientos, pensamientos y necesidades de manera clara y respetuosa sin vulnerar los derechos de los demás.

Este enfoque fomenta una gestión emocional y equilibrada, permitiendo que el individuo maneje sus emociones de forma constructiva, evitando respuestas impulsivas y favoreciendo la resolución de conflictos. Además, conlleva una actitud positiva y proactiva hacia la vida, incentivando la búsqueda de metas personales y

profesionales con determinación y optimismo. Este comportamiento proactivo no solo mejora la autoestima y la satisfacción personal, sino que también fortalece las relaciones interpersonales. Al comunicarse asertivamente, se establecen límites claros y se promueve un ambiente de mutuo respeto, lo que es esencial para la construcción y mantenimiento de las relaciones saludables y duraderas.

3. Método de investigación

Esta investigación fue de tipo cuantitativa, transversal, con enfoque descriptivo, ya que se caracterizó por ofrecer resultados de tipo descriptivos experimentales. Esto es útil para describir las variables de la población y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. La investigación contó con un universo de 18 participantes, entre administrativos y docentes de la Facultad de Contaduría y Administración del Campus Cadereyta, de la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ), contratados bajo las modalidades de *tiempo completo*, *tiempo libre* y *honorarios*. La antigüedad de experiencia fue mayor a dos años para el personal administrativo; para el personal docente, una carga horaria igual o mayor a 15 horas semanales.

El instrumento utilizado para esta investigación consistió en un cuestionario integrado por 15 ítems divididos en tres variables. Fue enviado por medio de la plataforma *Google forms*. Al ser un instrumento enviado a través de correo electrónico, presentó beneficios: costos reducidos y no interferencia del entrevistador. Además, la conveniencia de que el encuestado pudiera responder en el momento más conveniente (García Alcaraz et al., 2006, p. 232). En este sentido, el instrumento se mostró con una breve descripción del objetivo, de la confidencialidad y del tiempo aproximado que toma contestarlo.

Para la elaboración de este cuestionario se tomaron en cuenta las variables de elementos visuales, elementos vocales y elementos verbales, por lo que cada uno de los ítems se formuló de manera que pudieran dar respuesta a estas variables (Tabla 1). Al mismo tiempo, empataron con el objetivo de esta investigación, el cual consistió en desarrollar habilidades de comunicación asertiva en individuos, fomentando la expresión de respeto, mediante la comprensión y expresiones adecuadas, con el fin de mejorar la interacción del personal que labora al interior de la IES objeto de estudio.

Tabla 1

Variables e ítems de la comunicación asertiva

Variable	ítem
Elementos visuales	1. Cuando alguien realiza una presentación en la IES, ¿Consideras que los elementos visuales (como diapositivas, gráficos) ayudan a reforzar el mensaje?
	2. ¿Crees que las expresiones faciales reflejan la intención de su mensaje?
	3. ¿El lenguaje corporal del presentador durante las conversaciones refleja apertura y disposición para la comunicación asertiva?

Tabla 1

Variables e ítems de la comunicación asertiva

Variable	Ítem
	4. ¿Los gestos de tus compañeros de trabajo complementan y refuerzan sus mensajes?
	5. ¿Consideras que hay coherencia entre el mensaje verbal y los elementos visuales en medios internos?
	6. ¿El tono de voz que usan tus colegas refleja respeto y apertura durante las conversaciones?
	7. ¿Las instrucciones y mensajes verbales son entregados con claridad y sin ambigüedades por parte de la coordinación de la IES?
Elementos vocales	8. ¿Usan adecuadamente variaciones en el tono de voz para enfatizar puntos importantes en las reuniones?
	9. ¿El volumen utilizado en conversaciones y presentaciones es adecuado para el contexto y el entorno?
	10. ¿Observas que se hacen pausas estratégicas durante el discurso para permitir la reflexión sobre puntos clave?
	11. ¿Se emplea un lenguaje inclusivo y respetuoso en todas las comunicaciones internas?
	12. ¿Las preguntas formuladas en reuniones y correos electrónicos son claras y conducen a respuestas precisas?
Elementos verbales	13. ¿Se ofrece retroalimentación de manera constructiva, enfocándose en soluciones y mejoras?
	14. ¿Las ideas y opiniones se expresan de manera coherente y estructurada en las reuniones?
	15. ¿Los mensajes se adaptan de acuerdo al público objetivo para asegurar su efectividad?

Nota. Elaboración a partir de Bernal-Álava et al. (2022, p. 688)

4. Resultados

Frecuentemente, las organizaciones encuentran retos al motivar a los colaboradores o al gestionar cierta comunicación al interior. Profundizar en el conocimiento de la comunicación asertiva, en el uso de un lenguaje oral apropiado, en el empleo de instrucciones a través del ejemplo, en simplificar técnicas, en utilizar la expresión corporal adecuada, en mantener contacto visual sin subestimar las habilidades y destacando el potencial de los integrantes del equipo, son estrategias que pueden contribuir significativamente a mejorar la labor diaria.

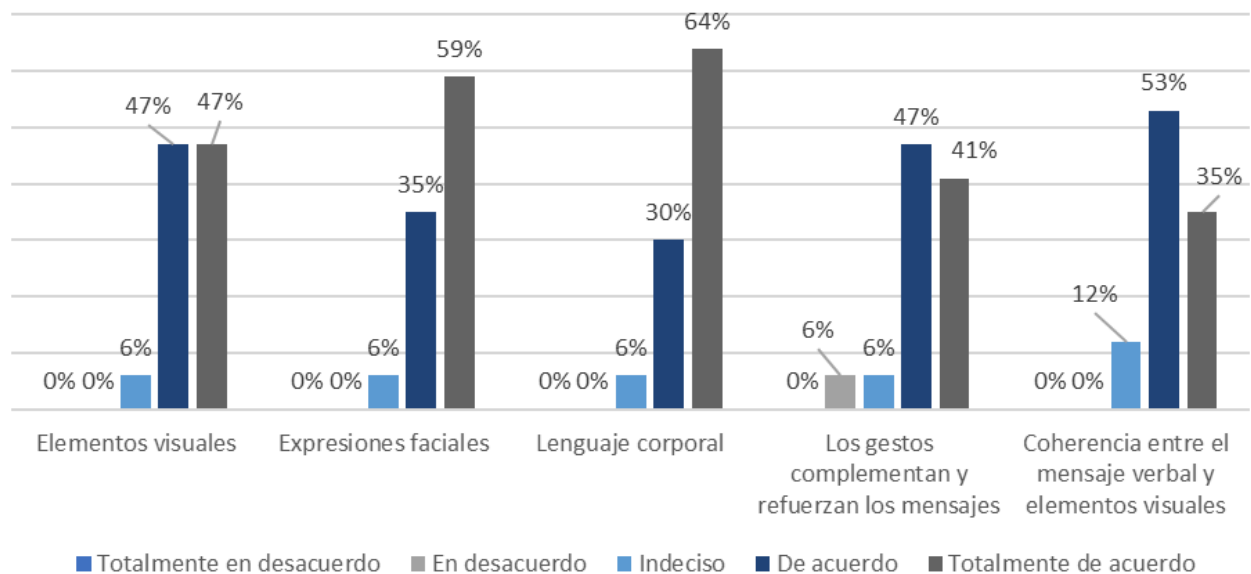
Esta investigación tuvo como objetivo que los integrantes de la IES se dieran cuenta que la comunicación asertiva organizacional es esencial para llevar a cabo una buena relación laboral; y que esto evitaría malos entendidos, logrando el trabajo en equipo, y una libre y correcta expresión de ideas de todos los integrantes.

Para que una organización se posicione competitivamente, es crucial, entre otros aspectos, prestar atención a la asertividad y a la comunicación dentro de la empresa, promoviendo objetivos claros con los medios de difusión y de información empleados por el personal (Lesmes Silva et al., 2020, p. 151). Una organización debe mostrar aprecio por la asertividad, ya que esto no solo satisface las necesidades, sino también fomenta su lealtad. Además, es importante que la IES se oriente hacia el cumplimiento de sus metas mediante una comunicación asertiva coherente, lo que a su vez fortalece su imagen.

Los resultados se extrajeron de la sección inicial del estudio, la cual se enfoca en un examen detallado de la variable correspondiente a los componentes visuales. Este análisis permitió destacar y categorizar aspectos específicos como las expresiones faciales, que comunican emociones y reacciones sin necesidad de palabras; en lenguaje corporal, que abarca las posturas, movimientos y gestos que pueden revelar intenciones y sentimientos. Este enfoque integral hacia los componentes visuales facilita una comprensión más profunda sobre cómo se transmiten y reciben los mensajes sin el uso del lenguaje verbal.

La Figura 1 muestra cinco categorías. 1) *Elementos visuales*: 94% de los encuestados están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que los gráficos o diapositivas apoyan en el reforzamiento de los mensajes; 2) *Expresiones faciales*: 35% está de acuerdo y 59% está totalmente de acuerdo, esto muestra una opinión aún más fuerte sobre la importancia de los aspectos faciales; 3) *Lenguaje corporal*: en esta categoría un mayor porcentaje (64%) está totalmente de acuerdo, resaltando la importancia a la disposición para la comunicación asertiva; 4) *Los gestos complementan y refuerzan los mensajes*: 88% concuerda (47% de acuerdo y 41% totalmente de acuerdo) en que los gestos apoyan y fortalecen el mensaje que se está comunicando, sugiriendo que los gestos son considerados un componente significativo en la comunicación efectiva; 5) *Coherencia entre el mensaje verbal y elementos visuales*: 53% manifiesta estar de acuerdo con la importancia *entre lo que se dice y lo que indica*, es decir, la consistencia entre el mensaje verbal y visual es considerada clave para la comprensión del mensaje.

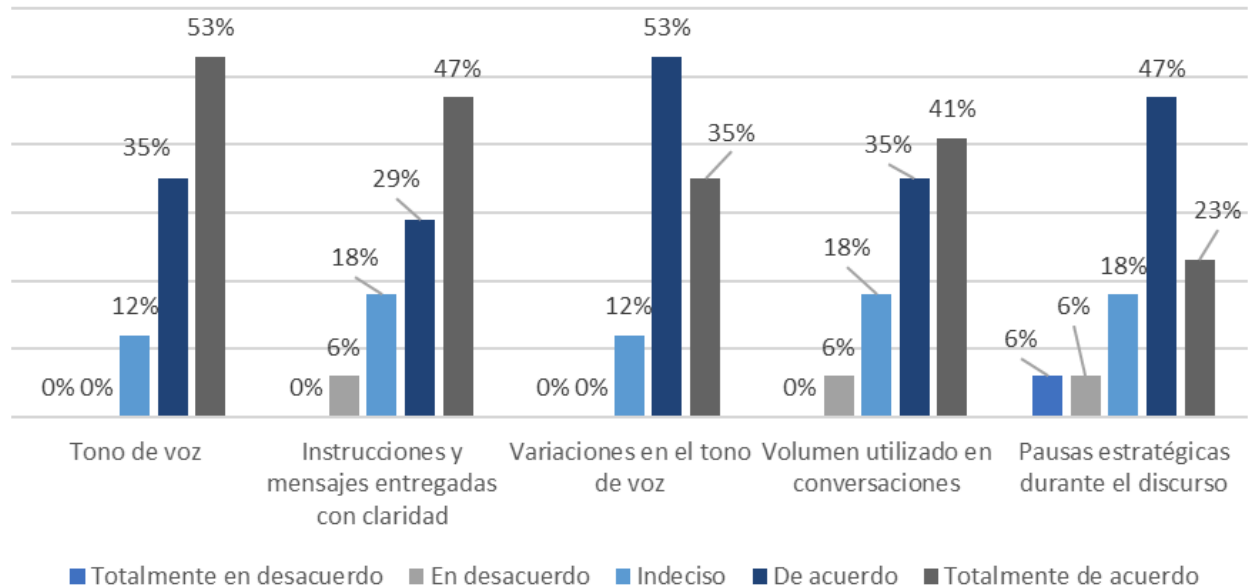
Figura 1
Elementos visuales



Nota. Los datos de la gráfica se tomaron de los ítems correspondientes a la variable *elementos visuales*.

La Figura 2 muestra los resultados enfocados en aspectos de la comunicación vocal, divididos en cinco categorías. 1) *Tono de voz*, donde 53% de los encuestado reconoce la importancia de este elemento en la comunicación; 2) *Instrucciones y mensajes entregados con claridad y sin ambigüedades por parte de la coordinación*: 76% (47% de acuerdo y 29% totalmente de acuerdo) valora la claridad de las instrucciones y mensajes; 3) *Variaciones en el tono de voz*, 53% piensa que realizar estas variaciones es importante, ya que ayuda a mantener la atención y enfatizar los puntos claves; 4) *Volumen utilizado en las conversaciones*: 41% está de acuerdo en que el volumen adecuado es importante en las conversaciones, ya que puede afectar cómo se recibe el mensaje; 5) *Pausas estratégicas durante el discurso* muestra que un 18% se encontró indeciso respecto a su importancia; 47% mencionó que es un elemento clave par dar énfasis y permitir que el mensaje sea procesado por los oyentes.

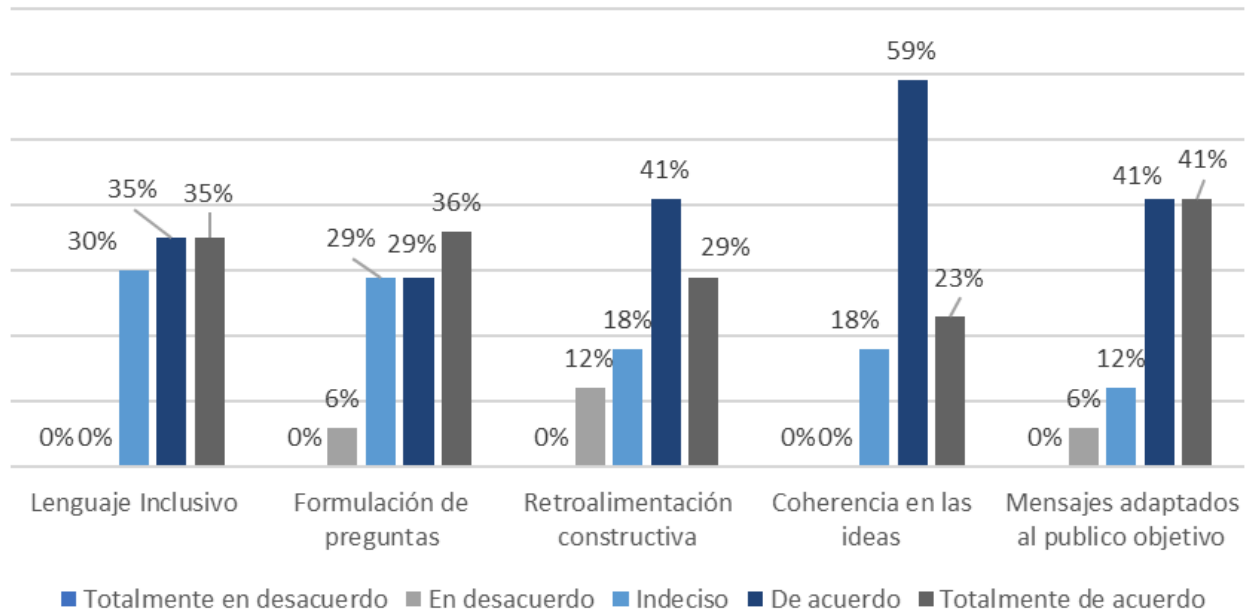
Figura 2
Elementos vocales



Nota. Los datos de la gráfica se tomaron de los ítems correspondientes a la variable *elementos vocales*.

La Figura 3 presenta las categorías utilizadas para la comunicación verbal. 1) *Lenguaje inclusivo*: 70% (35% de acuerdo y 35% totalmente de acuerdo) de los encuestados reflejaron la importancia de una comunicación interna inclusiva y respetuosa; 2) *Formulación de preguntas en reuniones y correos electrónicos*: 36% concuerda que formular preguntas de manera correcta es importante, ya que una buena formulación de preguntas puede influir en la calidad de la información recibida; 3) *Retroalimentación constructiva*: 41% de los encuestados estuvo de acuerdo en que dar y recibir retroalimentación efectiva es clave para la organización, ya que se pueden encontrar áreas de oportunidad o de mejora; 4) *Coherencia en las ideas*: 41% piensa que mantener una estructura es esencial para la claridad y efectividad del mensaje; 5) *Mensajes adaptados al público objetivo*: 82% (41% de acuerdo y 41% totalmente de acuerdo), estuvo a favor de adaptar los mensajes del público objetivo, lo cual es reconocido como una estrategia fundamental para asegurar sea relevante y bien recibido por los colaboradores.

Figura 3
Elementos verbales



Nota. Los datos de la gráfica se tomaron de los ítems correspondientes a la variable *elementos verbales*.

5. Conclusiones

La comunicación es un elemento crucial en cualquier organización, como es el caso de las IES. Su desarrollo y perfeccionamiento como un proceso de intercambio humano y reconocimiento mutuo es fundamental para la formación inicial de los profesionales y, de forma más amplia, para la sociedad en su conjunto. La comunicación asertiva es vital dentro de las organizaciones, ya que el uso de métodos de comunicación adecuados asegura que los mensajes se transmitan claramente de emisor a receptor. Esto facilita una comprensión correcta de la información y, con ello, el funcionamiento óptimo de la organización. Es así como el empleo correcto de los canales de comunicación asegura que todos los miembros de la organización estén debidamente informados, lo que previene retrasos en sus procesos, en los servicios que brindan, y el resultado es la satisfacción de los empleados, como de los beneficiarios de la misma.

Además, esta investigación resalta cómo las organizaciones pueden posicionarse a la vanguardia en el contexto de procesos lentos y metas a veces distantes. Las IES tienen la oportunidad de difundir su filosofía, valores y objetivos alineados con su misión y visión. Los resultados de esta investigación muestran que los encuestados valoran altamente la calidad verbal de la comunicación, incluida la claridad del mensaje y la adecuada modulación del tono de voz, así como el uso del volumen y las pausas. Estos hallazgos destacan la importancia de varios

factores comunicativos considerados esenciales para la interacción humana y la transmisión efectiva de la información, tanto de manera verbal como no verbal. La integración efectiva de estos elementos no solo mejora la calidad de transferencia de información, sino que también fortalece las relaciones personales o profesionales.

5. Referencias

- Bernal-Álava, Á. F., Cañarte-Vélez, C. R., Macias-Parrales, T. M., & Ponce-Castillo, M. Á. (2022). La comunicación asertiva y su aporte en el proceso de enseñanza y aprendizaje. *Revista Polo del Conocimiento*, 7(4), 682-695.
<https://doi.org/10.23857/pc.v7i4.3850>
- Bohórquez Guamán, V. del R., Vargas León, M. del R., & Cedillo Zuriaga, M. M. (2023). La comunicación asertiva en el área institucional. *Sinergia Académica*, 6(2), 45-70. <https://doi.org/10.51736/sa.v6i2.120>
- Caballero-Velázquez, E., Cruz-Palacios, Y., & Otero-Góngora, Y. (2018). La comunicación asertiva: un método de estimulación en la formación del profesional pedagógico. *Revista Luz*, 17(4), 15-21.
- Campos Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11(63), 277-286.
- Egúsqüiza Pereda, O. (2000). La asertividad: Modelo de Comunicación en las Organizaciones. *Quipukamayoc*, 7(14), 119-129. <https://doi.org/10.15381/quipu.v7i14.5704>
- García Alcaraz, F., Alfaro Espín, A., Hernández Martínez, A., & Molina Alarcón, M. (2006). Diseño de Cuestionarios para la recogida de información: metodología y limitaciones. *Revista Clínica de Medicina de Familia*, 5(1), 232-236.
- Hernández-Carrera, R. M. (2019). La comunicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje: su papel en el aula como herramienta educativa. *Revista Internacional de Filología, Comunicación y sus Didácticas*, (41), 133-155.
- Herranz de la Casa, J. M., & García Caballero, S. (2021). La comunicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en las organizaciones de la Economía Social. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (101), 165-191.
<https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.101.18393>
- Lachira Estrada, D. S., Luján Vera, P. E., Mogollón Taboada, M. M., & Silva Juárez, R. (2020). La comunicación asertiva: una estrategia para desarrollar las relaciones interpersonales. *Revista Latinoamericana de Difusión Científica*, 2(3), 72-82.
<https://doi.org/10.38186/difcie.23.06>
- Lara Mazón, L. M. (2022). La comunicación asertiva como herramienta para mejorar el clima laboral de las instituciones educativas. *Sinergia Académica*, 4(1), 41-70. <https://doi.org/10.51736/sa.v4i1.50>
- Lesmes Silva, A. K., Barrientos-Monsalve, E. J., & Cordero Díaz, M. C. (2020). Comunicación asertiva ¿estrategia de competitividad empresarial? *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, 8(1), 147-153.
<https://doi.org/10.15649/2346030X.757>
- Petrone, P. (2021). Principios de la comunicación efectiva en una organización de salud. *Revista Colombiana de Cirugía*, 36(2), 188-192. <https://doi.org/10.30944/20117582.878>
- Prieto-López, Y., & Loor-Ávila, B. A. (2021). Un acercamiento a la comunicación asertiva y su incidencia en la producción académica y científica de los estudiantes de Metodología de Investigación en la Facultad de Marketing y
-
- Montes-Reséndiz, M. G., Reséndiz Martínez, J., & Morales Pulido, M. I. (2024). Comunicación asertiva organizacional en el desempeño de una Institución de Educación Superior. *Transdigital*, 5(9), e320.
<https://doi.org/10.56162/transdigital320>

Comunicación-Universidad ECOTEC. *593 Digital Publiiser CEIT*, 6(6-1), 549-562.

<https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.910>

Roca, E. (2014). *Cómo mejorar tus habilidades sociales: programa de asertividad autoestima, e inteligencia emocional*. ACDE.

<https://www.cop.es/colegiados/PV00520/pdf/Habilidades%20sociales-Dale%20una%20mirada.pdf>

Sánchez Vega, K., & Ospina Nieto, Y. (2020). La comunicación asertiva como función integradora de la práctica gerencial.

Colección Académica de Ciencias Sociales, 1(1), 13-39.

<https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciassociales/article/view/4637>

Subiela García, J. A., Abellón Ruiz, J., Celdrán Baños, A. I., Manzanares Lázaro, J. Á., & Satorres Ramis, B. (2014). La importancia de la Escucha Activa en la intervención Enfermera. *Enfermería Global*, (34), 276-292.

Transdigital[®]

revista científica

La revista científica *Transdigital* está indizada en varias bases de datos y evalúa los textos con el sistema de pares de doble ciego. Se admiten Artículos de investigación y Ensayos científicos. Opera con el modelo de *publicación continua*, de manera que se reciben textos todo el año. Consulta los costos de publicación y los lineamientos editoriales en la página oficial. Una vez admitido, el artículo se publicaría en máximo 30 días naturales. Preferentemente, hasta tres autores(as) por texto.

www.revista-transdigital.org

Transdigital[®]

editorial

La Editorial Transdigital publica libros de carácter científico y académico. Se pueden publicar tesis de posgrado, una vez que han sido sometidas al sistema de evaluación de pares de doble ciego. Podemos cotizar tu libro si nos dices cuántas palabras tiene. El libro también se promocionaría en *Google Books*, *Amazon Kindle*, *Google Play*, *Scribd* y *iBooks de Apple*. Conoce los detalles en:

www.editorial-transdigital.org

Transdigital[®]

congreso virtual

Anualmente se realiza el *Congreso Virtual Transdigital*. Este evento académico se realiza de manera totalmente virtual. Las ponencias serán publicadas como capítulo de libro científico con ISBN, DOI y código de barras. La inscripción se realiza por texto, con un máximo de tres autores(as). Consulta los detalles de la inscripción en:

www.congreso-transdigital.org

