

LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

1. Comunicación Social y Empresarial

Relevancia de la Comunicación

Jonh C. Maxwell, reconocido experto en liderazgo a nivel internacional, en su libro *"El poder de las relaciones"* hace un planteamiento en torno a los procesos comunicativos como un elemento que favorece el éxito en el trabajo y en otras áreas de la vida. Considera que, "trabajar duro no es suficiente, tampoco lo es ser excelente en lo que hacemos. Para ser exitoso –continúa Maxwell- debes aprender a establecer una verdadera comunicación con los demás". Para triunfar cumpliendo los objetivos que te has propuesto en tu trabajo y en tu vida, es necesario, no tan solo relacionarte con las personas de tu entorno, sino ejercer una influencia positiva sobre ellas. Tanto en la relación individual, como en grupos, como en un auditorio, la habilidad de comunicarte e interaccionar con los demás de manera significativa es determinante para incrementar tu influencia y disparar tu productividad –afirma el gurú del liderazgo. También la Harvard Business Review considera en alguna de sus páginas que **"El factor decisivo para que los profesionales puedan crecer y ascender es la habilidad para comunicarse de forma eficaz"**.

Los estudiosos de la vida política de los gobernantes americanos han considerado en sus informes cinco cualidades para distinguir el éxito de los mandatarios: visión, es decir, son capaces de informar hacia donde se dirigen; consenso, esto es, convencen a las personas con argumentos positivos para que les acompañen; carisma, o sea, establecen relaciones personales; confianza, es decir, demuestran credibilidad porque hacen lo que dicen que harán; y, por último, pragmatismo. John Baldoni, especialista en los secretos de comunicación de grandes líderes, afirma que "no mentimos cuando decimos que la eficacia del liderazgo, tanto en el caso de los presidentes como en el de cualquier persona que ocupe en un puesto de autoridad, depende en gran medida de tener buenas habilidades comunicativas". Si dejamos de lado nuestras tendencias políticas, las diferencias entre los procesos comunicativos entre unos ex presidentes norteamericanos y otros marcan el resultado final del éxito en su carrera. Por ejemplo, mientras Carter se ocupaba de los beneficios de su país, aportando datos sin pensar en su audiencia, Reagan, escuchaba, sonreía y se interesaba por su público sin intentar sonar como un experto. También el ex presidente norteamericano Gerarld Ford confirmó con sus palabras la importancia de una comunicación efectiva: **"Si asistiera de nuevo a la universidad, me concentraría en dos áreas: aprendería a escribir discursos y a hablar en público. No hay nada más importante en la vida que la capacidad de comunicarse de manera efectiva"**.

Con independencia de que alguna vez ejerzamos liderazgo como gerentes de departamento, todos estamos inmersos en procesos comunicativos donde, en

© 2014 Marta Cabañas

© 2014 porfineslunes.org. Usado con permiso

Permiso: Permitimos y animamos a reproducir y distribuir este material ya sea de forma completa o parcial tanto como se desee, siempre y cuando no sea cobrando o solicitando donativo alguno por ello, más que el coste de reproducción. Para uso en internet, por favor, usar únicamente a través del link de esta página. Cualquier excepción a lo anterior debe ser consultada y aprobada por porfineslunes.org. Contacto: info@porfineslunes.org

Por favor, incluir el siguiente enunciado en cualquier copia a distribuir: © 2014 porfineslunes.org. Una iniciativa de los Grupos Bíblicos de Graduados de España (GBG). Grupos Bíblicos Unidos (GBU). Website: gbu-es.org

ocasiones, podemos ser líderes personales, grupales o de equipo en nuestro trabajo. Los expertos en Comunicación afirman que cada día recibimos un bombardeo de mensajes, que en cifras sería casi alrededor de treinta y cinco mil. Los periodistas, los políticos, nuestras familias intentan captar nuestra atención a través de sistemas electrónicos de comunicación como los correos, Facebook, blogs y Twitter. Los publicistas transmiten mensajes de texto y visuales a través de carteles publicitarios y los periodistas lo hacen a través de los medios de comunicación de masas: televisión, radio y prensa escrita. Sin embargo, ¿de qué modo decidimos qué mensajes recibir y cuáles rechazar?- plantean los estudiosos del proceso comunicativo. Asimismo, la mayoría de las personas pronunciamos al día unas dieciséis mil palabras, que transcritas en un libro se convierten en trescientas páginas por semana. Si hacemos cálculos, en una vida podríamos ocupar todo el edificio de una biblioteca. Pero, ¿Cuántas de estas palabras sirven para transmitir un mensaje significativo? ¿Cuántas llegan a los demás y marcan una diferencia?, ¿Cómo podemos realmente comunicarnos con nuestros interlocutores?

La definición de Comunicación social y empresarial, las funciones de los procesos comunicativos en la empresa, la estructura de los flujos informativos, nos ayudarán, en visión panorámica, a identificar las carencias o barreras en los procesos comunicativos y a mejorarlos en nuestro puesto de trabajo, y, también en las relaciones personales.

Comunicación social y empresarial

En su origen etimológico la palabra "comunicación" deriva del término latino "comunicare", que quiere decir "poner en común o compartir algo". Una definición más tradicional y cercana a las Teorías de la Información sería "el intercambio de información, sentimientos y opiniones mediante escritura, habla u otro tipo de señales". Los sociólogos definen la comunicación como la interrelación entre dos o más seres vivos donde se transmite una información desde un emisor que es capaz de codificarla en un código definido hasta un receptor, el cual decodifica la información recibida, en un contexto determinado. Es un proceso de interacción de lenguajes, inherente a los individuos, que se acerca más al hecho sociocultural que al proceso mecánico de transmisión de información. A través de la comunicación se transmiten datos, ideas, opiniones, sentimientos y actitudes que permiten establecer relaciones con otras personas, informar, creando mensajes significativos que influyen en el comportamiento de los demás.

Desde el punto de vista organizacional la comunicación es el conjunto de actividades y técnicas que agilizan el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de una organización y entre diferentes empresas. A través de las interrelaciones laborales se establece la estructura de los objetivos de logro, que están dirigidos al beneficio individual, colectivo y organizacional. En este contexto, se genera un flujo comunicativo informal o formal, grupal e interpersonal, que permite la adecuada relación y desempeño laboral de los integrantes de una organización. El intercambio informativo se produce entre los distintos niveles, que,

© 2014 Marta Cabañas

© 2014 porfineslunes.org. Usado con permiso

Permiso: Permitimos y animamos a reproducir y distribuir este material ya sea de forma completa o parcial tanto como se desee, siempre y cuando no sea cobrando o solicitando donativo alguno por ello, más que el coste de reproducción. Para uso en internet, por favor, usar únicamente a través del link de esta página. Cualquier excepción a lo anterior debe ser consultada y aprobada por porfineslunes.org. Contacto: info@porfineslunes.org

Por favor, incluir el siguiente enunciado en cualquier copia a distribuir: © 2014 porfineslunes.org. Una iniciativa de los Grupos Bíblicos de Graduados de España (GBG). Grupos Bíblicos Unidos (GBU). Website: gbu-es.org

a su vez, establecen patrones de comportamiento comunicacional en los que cada uno tiene su rol específico. La comunicación de empresa da lugar a una multiplicidad de sentidos, ya que cada receptor se transforma, a su vez, en productor de nuevos mensajes, dirigidos a los integrantes de la misma o de otras organizaciones. Los compromisos, los acuerdos, la asignación y delegación de funciones, los avisos al personal son resultado de esta herramienta clave para la cohesión y buen funcionamiento de una organización.

Funciones de la Comunicación empresarial

Proporcionar información sobre los procesos internos de trabajo, posibilitar la toma de decisiones y las tareas de mando, así como buscar soluciones a los problemas son algunas de las funciones ineludibles que cumple la comunicación dentro de la empresa. Así se evidencian estas funciones básicas de la comunicación empresarial:

Informativa: El conjunto de actos comunicativos desarrollados en el interior de una organización dan lugar a la llamada comunicación interna. Es aquella que sirve para el ejercicio profesional diario, ya que la transmisión de estos contenidos proporciona la información necesaria para la toma de decisiones. Conciernen a cada uno de los departamentos de cada empresa, desde la dirección general hasta los empleados de niveles inferiores. El objetivo es informar, con transparencia, sobre lo que la organización hace, para conseguir un clima laboral positivo, incrementando la motivación, la productividad, y, al mismo tiempo, obteniendo la reducción de costes. Sea cual sea el tamaño de las empresas la comunicación periódica y eficaz entre jefatura y trabajador da lugar a un impacto positivo en los resultados finales y en las nuevas oportunidades de negocio.

Motivadora: De cara al exterior, esta función permite llegar a una mayor satisfacción y fidelidad del cliente, además de que, mejora el nombre de la empresa, marca y producto. La comunicación es un aliciente para la motivación de los empleados, porque les ayuda a saber que tareas deben realizar en sus puestos de trabajo, cuál es su grado de desarrollo y qué pueden hacer para mejorar sus deficiencias. Esto último se puede completar con un feedback por parte de las jefaturas respecto a la definición de objetivos concretos a principios de año, el avance logrado hacia las metas propuestas inicialmente y el refuerzo de las conductas deseadas.

De control: Lejos de monopolizar la información o de fiscalizar las actitudes de los empleados, la comunicación puede controlar la conducta de los miembros de la compañía de varias maneras. Las organizaciones tienen lineamientos formales que los trabajadores deben seguir y jerarquías de autoridad útiles para escalar y realizar seguimientos informativos. Así por ejemplo, la comunicación desempeña una función de control, cuando se pide a los empleados que cumplan la normativa, los valores y la estrategia de la empresa, sin desviarse de las funciones de la descripción de sus puestos. Otro ejemplo interesante es que, teniendo en cuenta la

© 2014 Marta Cabañas

© 2014 porfineslunes.org. Usado con permiso

Permiso: Permitimos y animamos a reproducir y distribuir este material ya sea de forma completa o parcial tanto como se desee, siempre y cuando no sea cobrando o solicitando donativo alguno por ello, más que el coste de reproducción. Para uso en internet, por favor, usar únicamente a través del link de esta página. Cualquier excepción a lo anterior debe ser consultada y aprobada por porfineslunes.org. Contacto: info@porfineslunes.org

Por favor, incluir el siguiente enunciado en cualquier copia a distribuir: © 2014 porfineslunes.org. Una iniciativa de los Grupos Bíblicos de Graduados de España (GBG). Grupos Bíblicos Unidos (GBU). Website: gbu-es.org

estructura de autoridad los trabajadores de una empresa deberían comunicar sus quejas laborales a su jefe inmediato en primer lugar.

De expresión de emociones: Relacionado con las funciones puramente informativa, de control y motivadora se deriva la expresión de emociones dentro de un grupo. La comunicación empresarial de grupos es una vía de acceso a la expresión de sentimientos relacionados con la realización de necesidades laborales y sociales cuando los empleados manifiestan a otros miembros sus logros, sus sentimientos de satisfacción, o, por el contrario, sus frustraciones. De todas maneras, este tipo de comunicación permite tener un encuentro con el otro y plantea una amplia gama de posibilidades de interacción en el ámbito social, que es allí donde tiene su razón de ser.

Productiva: La comunicación facilita la apertura de los espacios para formular y concertar los objetivos de producción y todas las actividades y la información que se relacionan directamente con los modos de capacitación personal. En los procesos comunicativos empresariales también se orienta de manera pertinente a la realización del trabajo, a la resolución de conflictos y se sugieren las ideas para mejorar la calidad del servicio y del producto. En general, los equipos en las empresas usan la comunicación interactiva para coordinar y cooperar en desarrollo y crecimiento de las empresas.

Mantenimiento: La comunicación de mantenimiento busca compensar y motivar al personal para que se comprometa con los objetivos y las metas de la organización. Por otra parte, reconoce al individuo competente y valioso, premia el trabajo en equipo y la capacidad creativa individual. Los espacios de socialización permiten un contacto con el ambiente físico y humano, a través de la información oportuna, amplia y concreta; lo cual, a su vez, genera mejores relaciones interpersonales e identificación con la organización.

Innovadora: Incluye sugerencias a nivel general como: la investigación y el análisis de las estrategias del mercado; las reuniones para manifestar inquietudes y los comités de desarrollo de las ideas propuestas. Para innovar en la empresa se requieren cambios en el comportamiento de los individuos, aunque con incidencia en cada una de las jerarquías de la empresa: directivos, administrativos y manos de obra, si la hubiera.

En definitiva, para que la organización funcione es preciso dar información sobre su trabajo, tener cierto control de los miembros, estimularlos para que trabajen, proporcionarles un medio para expresar emociones y tomar decisiones.

Bibliografía

MAXWELL, John C. (2010). *El poder de las relaciones. Qué hacen las personas eficaces para relacionarse*. Grupo Nelson.

© 2014 Marta Cabañas

© 2014 porfineslunes.org. Usado con permiso

Permiso: Permitimos y animamos a reproducir y distribuir este material ya sea de forma completa o parcial tanto como se desee, siempre y cuando no sea cobrando o solicitando donativo alguno por ello, más que el coste de reproducción. Para uso en internet, por favor, usar únicamente a través del link de esta página. Cualquier excepción a lo anterior debe ser consultada y aprobada por porfineslunes.org. Contacto: info@porfineslunes.org

Por favor, incluir el siguiente enunciado en cualquier copia a distribuir: © 2014 porfineslunes.org. Una iniciativa de los Grupos Bíblicos de Graduados de España (GBG). Grupos Bíblicos Unidos (GBU). Website: gbu-es.org

OLIVAR ZÚÑIGA, Antonio (2006). *Fundamentos teóricos de la comunicación*.

Monografias.com.

COMISIÓN EUROPEA DIRECCIÓN GRAL. DE EMPRESA. *Guía para una comunicación eficaz*.

© 2014 Marta Cabañas

© 2014 porfineslunes.org. Usado con permiso

Permiso: Permitimos y animamos a reproducir y distribuir este material ya sea de forma completa o parcial tanto como se desee, siempre y cuando no sea cobrando o solicitando donativo alguno por ello, más que el coste de reproducción. Para uso en internet, por favor, usar únicamente a través del link de esta página. Cualquier excepción a lo anterior debe ser consultada y aprobada por porfineslunes.org. Contacto: info@porfineslunes.org

Por favor, incluir el siguiente enunciado en cualquier copia a distribuir: © 2014 porfineslunes.org. Una iniciativa de los Grupos Bíblicos de Graduados de España (GBG). Grupos Bíblicos Unidos (GBU). Website: gbu-es.org