

**LA COMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA PARA EL BUEN
FUNCIONAMIENTO Y DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO
DENTRO DEL AMBITO EMPRESARIAL**

**LICETH BARRIOS H.
LUZ MARINA RAMOS T.**

**ENSAYO PRESENTADO PARA OPTAR EL TITULO DE TRABAJADOR
SOCIAL**

**CORPORACION EDUCATIVA MAYOR DEL DESARROLLO SIMON
BOLIVAR**

FACULTAD DE TRABAJO SOCIAL

DIPLOMADO GESTION DEL TALENTO HUMANO

BARRANQUILLA

2.000

**LA COMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA PARA EL BUEN
FUNCIONAMIENTO Y DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO
DENTRO DEL AMBITO EMPRESARIAL.**

Desde las primeras comunidades humanas, el hombre ha tenido necesidad de comunicarse para interactuar en su grupo social, y así, resolver los retos que desde siempre la sobrevivencia le ha planteado. En un principio esta comunicación era rudimentaria con base en gestos, gritos y gráficos; con el desarrollo de la sociedad el hombre fue capaz de hablar, ya que se vio en la necesidad de comunicarse con los demás hombres, para elaborar los instrumentos de trabajo. Es importante destacar, que el medio donde interactuaba no le permitía vivir aislado, es por ello que gracias a la comunicación se dio un mayor desarrollo en la sociedad. Así pues, el tema de la comunicación es tan antiguo como el hombre.

Con este ensayo, se pretende abordar el estudio del funcionamiento empresarial, tomando como estrategia la misma, por ser de vital relevancia dentro de la historia del mundo de la comunicación empresarial.

Hoy los nuevos escenarios empresariales, emanan del comportamiento, nuevas estrategias organizacionales, que han llegado a configurar un nuevo paradigma en el desarrollo empresarial. En este nuevo escenario, el capital humano y el capital

intelectual es lo primero, siendo este parte activa de la empresa y de donde depende el éxito o el fracaso de la misma, por tanto, la gerencia constituye un elemento fundamental teniendo en cuenta de que el éxito de las organizaciones depende en parte de las habilidades del gerente o directivos para comunicarse con el personal que tenga a su cargo.

Este ensayo resulta de gran interés, por cuanto enriquece nuestro conocimiento teórico. El conocimiento es un elemento esencial para un buen funcionamiento y desempeño dentro de una organización o empresa, ya que esta depende del éxito o el fracaso de la misma, a la hora de tomar una decisión. De ahí surge la necesidad de tomar medidas educativas que permitan mejorar los canales de comunicación y las relaciones interpersonales dentro de la organización.

Desde el punto de vista profesional el ensayo se justifica porque será una experiencia en la puesta en marcha de un plan estratégico, encaminado a favorecer a las organizaciones, y de velar por el buen funcionamiento y desarrollo del capital humano lo que constituye un campo idóneo para el ejercicio del trabajador social.

También resulta de gran importancia porque sirve como punto de apoyo para que otros investigadores o interesados en esta temática conozcan el enfoque social de la comunicación a nivel organizacional.

El tema de la comunicación ha sido tratado por muchos autores, algunos de ellos definen la comunicación de la siguiente manera: (Francisco J. De La Torre

Hernandez)¹ “Un proceso que implica un intercambio a través del diálogo, este diálogo es posible cuando entre los interlocutores existe cierta igualdad o simetría en el plano social”. Idalberto Chiavenato² „Además de definir que la comunicación implica intercambios realizados por las personas. Considera también que es el proceso de transmitir información y comprensión entre dos personas, en esencia es un puente de significados, entre las personas. Toda comunicación necesita al menos de dos personas, la que envía el mensaje y la que lo recibe. Una persona sola no puede establecer comunicación, puesto que el acto de comunicarse sólo puede completarse cuando existe un receptor. Por otra parte José Castillo Aponte³ , considera que la comunicación es un proceso de transmisión entre personas de ideas, datos, emociones e información en general. Por medio de símbolos, palabras, gestos y figuras.

En síntesis lo que se refiere a las definiciones anteriores podemos decir el concepto de comunicación como un proceso de intercambio que permite enviar y recibir un mensaje en la que se haga uso del buen sentido de la palabra; esto permite que el ser humano maneje el valor de las relaciones humanas y posibilite el sentido del saber decir las cosas sin temores, y llegar al otro en lo más humano posible.

¹ DE LA TORRE ZERMEÑO, Francisco. “Taller de la Comunicación”. Editorial Mc Graw Hill. Pág. 54. 1.994

² CHIAVENATO, Idalberto. “Administración de Recursos Humanos”. Editorial Mc. Graw Hill. Pág. 64. 1.995

CASTILLO APONTE, José. “Gestión Total de Personal”. Editorial Grijalbo S.A. Pág. 127. 1.994

Todo dependerá de la naturaleza del mensaje que se va a transmitir y de la relación entre el emisor y el receptor, además de esto, la comunicación a nivel organizacional es considerada como una compleja red de relaciones, cuya coordinación requiere de un sistema de comunicación que transporte información en todas las direcciones, considerando que la comunicación entre las personas que

conforman una empresa y las diferentes formas y medios que participan en los intercambios comunicativos es esencial para el éxito de una organización.

¿A qué se deben muchas veces los conflictos en la Organización ?

¿Porqué si la comunicación es un don natural en el ser humano, es tan difícil crear un ambiente propicio a nivel Organizacional?

¿Cuales serían las pautas o estrategias que se utilizarían para evitar estos tipos de conflictos dentro de la Organización?

Actualmente el objetivo principal dentro de una Organización , es el estudio del capital humano, es por ello, que nos vemos en la necesidad de estudiar a las personas como un potencial, es decir, como portadoras de habilidades, capacidades, conocimientos, motivación en el trabajo, etc. ; no podemos olvidar que las personas son ante todo personas portadoras de características de personalidad ósea expectativas, objetivos individuales etc.

El comportamiento de las personas se orienta hacia la satisfacción de sus necesidades y el logro de sus objetivos y aspiraciones, por esto reacciona y responde frente a su ambiente, bien sea en el trabajo o fuera de él. La motivación es un factor capaz de provocar, mantener y dirigir un comportamiento ; este a su vez, puede darse por una necesidad o como respuesta a un estímulo interno. La actitud, que también hace parte del comportamiento, es la tendencia a responder favorable o desfavorablemente ante ciertos hechos o personas.

Todos estos factores en el proceso de la comunicación, juegan un papel importante, teniendo en cuenta que cada uno de estos crea marcos de referencia diferentes.

Por otro lado los seres humanos se encuentran motivados por una gran variedad de necesidades las cuales nos llevan a desarrollarnos en compañía de otras, en grupos o en organizaciones en las cuales se busca mantener su identidad y su bienestar psicológico, algunas veces utilizamos las relaciones con otras personas para conseguir información de si mismo; esta información obtenida constituye una realidad social la cual se toma como base para comparar sus capacidades, ideas y sus concepciones. De hecho las relaciones sociales más que cualquier otro factor determina la naturaleza del autoconcepto de la misma persona.

De tal manera que uno de los grandes desafíos de las empresas de hoy es resolver el problema de la comunicación organizacional en sus miembros, por esto todo

profesional que ejerza cargos directivos tendrá que conocer los aspectos preponderantes de la comunicación interpersonal y organizacional.

Dentro de lo que denominamos **comunicación interpersonal** encontramos todo lo relacionado con el cambio de comportamiento o influencias en el comportamiento de las personas, este es un área donde se presentan mayores conflictos y malentendidos entre dos personas, entre miembros de un grupo, entre grupos y aún en la organización como sistema, teniendo en cuenta que todas las personas involucradas, tienen su propia personalidad, los niveles de cultura son diferentes lo cual hace que cada persona perciba el medio donde se desenvuelve de una forma distinta.

Cuando nos referimos a la **comunicación organizacional** nos referimos a los aspectos relacionados con la realidad política de la empresa, visión de la organización y misión de la misma, estilo de dirección, cultura organizacional, mecanismos de comunicación interna: correo electrónico, memorandos, carteleros, informes escritos, visitas informativas, videos institucionales, etc.

Una de las necesidades humanas que debe atender todo dirigente es la información, por tal motivo se hace necesario abrir espacios de comunicación y desarrollar habilidades comunicativas en sí mismo y en sus colaboradores.

“Los elementos que hacen parte en el proceso de la comunicación son:

- El emisor o fuente es la persona que tiene la intención de la comunicación. es el remitente de la información.
- La codificación es la traducción que hace la fuente de su intención a un mensaje apropiado para su transmisión. Es cambiar un deseo informativo por un símbolo o lenguaje.
- El mensaje es la información que se trata de transferir es el contenido del material escrito, discurso o expresión corporal.
- El canal es el medio por el cual viaja el mensaje desde la fuente al receptor. Es el material escrito, el computador, la voz, el cuerpo humano, etc.
- La decodificación es la conversión o traducción que hace el receptor del mensaje.
- El receptor es el destinatario del mensaje”⁴

La comunicación será eficiente en la medida en que coincidan la intención del emisor con la impresión o interpretación del receptor, esta a su vez no puede confundirse con hablar o expresar algo, olvidando la acción recíproca entre las personas, que intervienen en el proceso.

La comunicación eficiente hace posible el esfuerzo armónico de los equipos de trabajo y permite integrar los diferentes procesos que conducen a la satisfacción de los requerimientos del mercado. Jamás se logran acciones unificadas sin compartir una base común de información. Por eso la transferencia de información es vital para la empresa.

⁴ CASTILLO APONTE, José. Gestión total del personal. Editorial Grijalba S.A. Pág. 128. 1994

Los canales de comunicación constan de cinco medios que son: La verbal, escrita, corporal, formal e informal.

La comunicación verbal o cara a cara facilita la interacción de doble vía y la retroinformación inmediata. Esta es la que más se utiliza al interior de las empresas, esta forma de comunicación son las reuniones, asambleas, conferencias, y foros.

La comunicación escrita proporciona mejor los mensajes, disminuyendo las distorsiones y permitiendo conservar el registro del contenido. Estos instrumentos de comunicación son las cartas, memorandos, boletines, revistas, afiches, encuestas, sistema de sugerencias y el computador.

La comunicación corporal o no verbalizada es la que envía a través de gestos físicos (ojos, manos, cara, etc.) estos mensajes silenciosos son efectivos para reforzar o tergiversar la comunicación verbal.

Los canales formales son los establecidos por la compañía, los mensajes fluyen en tres direcciones: Hacia abajo, hacia arriba y hacia los lados. Los mensajes hacia abajo contienen información necesaria para que cualquier miembro del personal realice su trabajo, tal vez se trate de políticas o procedimientos, ordenes y demás. Los mensajes que van hacia arriba son informes, peticiones, opiniones y quejas. Los mensajes que van hacia los lados se transmiten entre diferentes departamentos, funciones o personas del mismo nivel de la empresa.

Los canales informales surgen en virtud de los intereses comunes entre las personas de la compañía, tales intereses surgen por el trabajo o por relaciones sociales o ajenas a éste.

Los rumores son un canal muy poderoso casi siempre son distorsionados, porque a menudo cuando interpretamos la información vemos o escuchamos lo que esperamos ver o escuchar.

Todo individuo tiene su propio sistema conceptual, su propio punto de referencia, que actúa como filtro codificador para acondicionar la aceptación y el procesamiento de cualquier información.

Dicho filtro selecciona la información una parte la aceptamos, y la interpretamos y hacemos conjeturas; y rechazamos aquellas que no se adapte a ese sistema o que pueda amenazarlo. De ahí que cada persona crea su propio marco de referencia para interpretar su ambiente externo e interno.

De esta manera nos hacemos imágenes de las personas, con frecuencia con muy poca información, predecimos su comportamiento y seleccionamos lo que según nuestro punto de vista nos indique.

Muchas veces nuestros prejuicios perjudican la comunicación debido a las conjeturas que hacemos de lo que escuchamos de los demás. Todo esto surge

debido a que las percepciones y los valores no se comparten por lo cual crea una mayor barrera contra la objetividad, esto nos hace cometer errores todo el tiempo debido a que nuestros conceptos son limitados, nos dejamos influir por la primera impresión, también nos dejamos influir positivamente por otras personas cuando compartimos algunas características tales como la misma escuela y las mismas funciones.

Otros factores que atenta contra la eficiencia de la comunicación se pueden encontrar en las interacciones del emisor, receptor y el canal. Algunos de estos obstáculos según lo planteado por “José Castillo Aponte en su libro Gestión Total de Personal son: La escasa habilidad para escuchar, el lenguaje inadecuado, emotividad, el temor, la desconfianza, la tendencia a juzgar el mensaje prematuramente, la consistencia entre las señales verbales y las corporales, suponer que el contenido no es interesante o es ya conocido, los prejuicios del receptor con respecto al emisor, los obstáculos físicos, la retención o filtración de la información a través de intermediarios, la sobrecarga de información.”⁵

Por lo anterior podemos señalar que la mejor forma para mejorar nuestra comunicación es conocerse así mismo porque se hace más fácil tener una percepción rápida de los demás, otro aspecto importante es la actitud que debe existir antes de comenzar la comunicación.

⁵ CASTILLO APONTE, José. Gestión Total de Personal. Grijalba S.A. Pág. 130. 1994.

Esta actitud recibe el nombre de aceptación porque aceptarse así mismo permite valorar los aspectos más favorables de otras personas.

Cuando una persona se siente verdaderamente aceptada y valorada por otra puede pensar libremente en cambiar, en crecer, en ser diferente o llegar a ser más capaz, esta aceptación permite que las personas desarrollen sus posibilidades latentes.

Todo esto nos conduce a una mayor afectividad en la comunicación además ayuda que las personas sea tomada en cuenta, permite que los empleados sientan que participan en la empresa, aumentando la motivación y el compromiso.

Logra mayor entendimiento entre jefes y subalternos y entre iguales, así como entre los clientes y personas en general.

Ayuda a los empleados a entender la necesidad de los cambios; Como manejarlos y como reducir la resistencia al cambio, Etc. Sólo entonces será posible encontrar la mejor forma para comunicarnos efectivamente tanto para transferir información como para cimentar relaciones.

Por tanto las invitaciones a comunicarse abren la puerta a la comunicación mutua y hay que saber mantener esa puerta abierta; el hábito de escuchar en forma activa motiva este propósito de manera excelente.

“Según investigaciones en comunicación organizacional está presente una propuesta para sistematizar la práctica de la investigación en comunicación organizacional. Esta parte de una metodología para intervenir de una manera deliberada, sistemática y coherente en la consciencia de la identidad institucional que corresponda mejor a su realidad externa e interna para que se adecuara a lo que pretende ser.

Segundo plantear la necesidad de una estrategia comunicativa e integral que permita proyectar identificadores que propicien una imagen coherente de las instituciones. Tercero, a partir de lo anterior proponer un programa de intervención profunda a corto, mediano, y largo plazo. Que garantice el establecimiento de un sistema permanente de comunicación integral. Por último relacionar las necesidades e intereses de la organización y los de su personal, y consumidores con el contexto y las necesidades sociales.”⁶

⁶ENFOQUE SOCIAL DE LAS RELACIONES PUBLICAS. (INTERNET) www.innovacion.com.uy .2000

CONCLUSION

Hoy por hoy uno de los grandes desafío de las organizaciones es resolver el problema de la comunicación, teniendo en cuenta que las relaciones interpersonales juegan un papel importantísimo ya que de esta dependerá el éxito o el fracaso de las organizaciones.

Así en la forma que se invierte en la gente se minimizan los conflictos, el clima será más reconfortante y a la vez se asegura el futuro de la organización.

Por otra parte en lo que compete al trabajador social dentro de sus funciones en las organizaciones está la de orientar y educar a los trabajadores con un enfoque positivo y realista de las posibilidades de las empresas para mejorar la calidad del trabajo, apoyando a los clientes internos en los aportes que realicen para el mejoramiento en los procesos de la empresa.

El trabajador social también deberá ser participe y gestor de un proceso de educación dirigido a fomentar el respeto y la confianza en sí mismo, donde el cliente interno se identifique con la empresa y se comprometa con ella logrando tener sentido de pertenencia, ya que en la medida en que seamos más competitivos más fructíferas serán las organizaciones. Teniendo en cuenta que la

competitividad está relacionada con el capital humano y por lo tanto, de su capital intelectual.

Por lo anteriormente señalado podemos decir que una de las necesidades de las organizaciones es mejorar los niveles de comunicación, para la supervivencia empresarial.

Por esto se hace necesario un liderazgo empresarial inspirado en formular una estrategia de innovación y desplegarla dentro de la organización para maximizar sus resultados.

Estas estrategias o recomendaciones serian:

- Reconocer la complejidad del proceso comunicativo
 - Tenga claridad en el mensaje que va a transmitir
 - Use palabras sencillas y comprensibles
 - Evite las palabras innecesarias
 - Comuníquese siempre desde lo funcional
-

- Evite suposiciones y trate de ser lo más explícito posible
- Evite el sarcasmo y la ironía
- Dele a su voz el tono que debe dar
- Absténgase de juzgar antes de comprender totalmente el mensaje
- Escuche al otro cuando le hable, no le interrumpa
- Suministre la retroinformación
- Evite generalizaciones y expresiones como nunca, siempre.

Todas estas estrategias nos ayudarán a mejorar las relaciones interpersonales con nuestros empleados, directivos, clientes, proveedores, etc. Teniendo en cuenta de que de ellos depende en gran parte la supervivencia y crecimiento de la empresa.

BIBLIOGRAFIA

- 1. APONTE, JOSE CASTILLO.** Gestión Total de Personal. 1º Edición.
Editorial Grijalbo S.A. Santafe de Bogotá. Colombia. 1.994.
 - 2. BERRY, TOMAS H.** Como Gerenciar la transformación hacia la calidad total. 3º Edición. Editorial Mc Graw Hill. 1.994
 - 3. CHIAVENATO, IDALBERTO.** Administración de los Recursos Humanos. 2º Edición. Editorial Mc. Graw Hill. 1.995
 - 4. DE LA TORRE ZERMEÑO, FRANCISCO J. DE LA TORRE HERNANDEZ FRANCISCO J.** Taller de Análisis de la Comunicación. Editorial Mc Graw Hill. Volumen 2. 1.994
 - 5. HARRINGTON, H.J.** Mejoramiento de los Procesos de la Empresa. 4º Edición. Editorial Mc Graw Hill. 1.994
 - 6. HIDALGO C. CARMEN GLORIA. ABARCA M. NUREYA.** Comunicación Interpersonal. Programa de Entrenamiento en habilidades Sociales. 3º Edición. Editorial Alfa Omega S.A. Santafe de Bogotá. 1.999
-

7. **INTERNET.WWW INNOVARIUM COM.** Enfoque Social de las Relaciones Públicas. 2.000

8. **SHERMAN, ARTHUR W. BOHLANDER, GEORGE W.** Administración de los Recursos Humanos. Editorial Mc Graw Hill. 1.995