



LA IMPORTANCIA DE UNA ADECUADA COMUNICACIÓN

La comunicación es la esencia de la actividad organizativa y es imprescindible para su buen funcionamiento. Una buena comunicación mejora la competitividad de la organización, su adaptación a los cambios del entorno, facilita el logro de los objetivos y metas establecidas, satisface las propias necesidades y la de los participantes, coordina y controla las actividades y fomenta una buena motivación, compromiso, responsabilidad, implicación y participación de sus integrantes y un buen clima integrador de trabajo.

Podemos diferenciar entre la comunicación interna y la comunicación externa de la organización, pero antes es necesario saber quiénes somos y qué hacemos, es decir, definir la cultura y la filosofía de la organización que engloba sus valores, actitudes, creencias y experiencias. Una vez que tenemos esto claro, es momento de definir cómo serán nuestras estrategias de comunicación.

En cuanto a la comunicación interna, es decir, la comunicación entre los miembros de la organización, es importante tener en cuenta qué queremos decir y cómo queremos decirlo, y de qué manera se transmite mejor el mensaje sabiendo que existe una diferencia entre lo que se recibe

y lo que se percibe, por lo que se hace de vital importancia fomentar la participación y el compromiso de las personas que forman la organización.

Respecto a la comunicación externa, la importancia reside en proyectar, promover y reforzar la imagen de la organización, publicitar nuestros proyectos o actividades, saber a quienes nos dirigimos y conseguir la participación e interacción de nuestros participantes, o lo que es lo mismo, dar a conocer nuestra organización a los demás. Es importante tener en cuenta cómo nos perciben y cómo queremos que nos perciban y elaborar un plan de acción de comunicación externa.



Una buena comunicación es aquella en la que se practica la escucha activa, es asertiva y proactiva. No hay que olvidar que lo más importante en un proceso de comunicación no es lo que se quiere decir, sino lo que la otra persona entiende. Os dejo un enlace de ampliación de información sobre qué se considera una buena comunicación según la psicología social actual. Si le echáis un vistazo, podréis ver que divide la comunicación en dos grandes categorías: comunicación verbal y no verbal. El sentido del mensaje puede variar con un mínimo giro del tono de voz o de la expresión facial o corporal. En Internet, el mensaje es aún más difícil de interpretar, ya que las reglas de expresión son ambiguas, aunque poco a poco se van estandarizando, como por ejemplo el uso de mayúsculas para expresar que se está gritando. Estas reglas se han de tener en cuenta para realizar una buena comunicación a través de las social media.

Si hablamos de la comunicación 2.0. de una organización, bajo mi punto de vista lo único que cambia es el canal, pero la esencia es la misma. Aun así, puesto que uno de los elementos de la comunicación cambia, las habilidades necesarias para una buena comunicación a través de la social media serán diferentes, aunque guardan una estrecha relación.

La buena comunicación agiliza todos los procedimientos laborales. Permite informar las ideas, los objetivos, y abre los canales adecuados para las nuevas ideas, proyectos y técnicas por igual.



Una comunicación adecuada en el trabajo evita los malos entendidos, y permite que toda la organización funcione como una máquina bien aceiteada, todos los elementos hacia un objetivo común y con pleno conocimiento de su entorno.

La comunicación apropiada, en particular en las empresas y organizaciones, ha de ser fluida y abierta en todos sus integrantes. Esto incluye un ida y vuelta de los conceptos, por lo que todas las opiniones deben ser tenidas en consideración en cada proyecto. En las reuniones, por ejemplo, no sólo es el jefe quien habla, sino que incluso los asistentes

presentes deben sentirse cómodos de aportar, pues nunca se sabe cuál es ni de dónde proviene el concepto clave para nuestra próxima acción de buenos negocios.

Así como la comunicación no debe frenarse o verse limitada por la jerarquía, tampoco debe serlo por los canales. En una buena organización hay múltiples canales de comunicación abiertos, incluyendo informes, comunicados, tableros de anuncios, redes sociales, redes internas y también correos electrónicos, llamados, revistas institucionales, señalética (**cartelería**) y demás. El acceso a la información general de la empresa permite una mayor inclusión de todos sus miembros, además de los empleados de menor jerarquía, y esto enriquece los intercambios y permite que las nuevas ideas fluyan con facilidad.



Los conceptos a comunicar

No sólo los nuevos emprendimientos han de ser comunicados. La misión y visión de la empresa, las proyecciones a futuro, las acciones actuales y también algunos datos económicos se deben comunicar y difundir para que la entidad de compongamos de personal comprometido y motivado. Aunque no es necesario, por ejemplo, que los operarios de planta conozcan las técnicas específicas del departamento de contaduría, sí es buena idea que conozcan el alcance de los objetivos financieros de la temporada, el caudal de ventas o la incorporación de nuevos clientes – sólo por citar algunos ejemplos-, obteniendo así la certeza de que la entidad de la que forman parte está funcionando bien, en orden, y con buenas proyecciones a futuro. Y esas buenas noticias son la motivación para el trabajo duro de todos los integrantes de una organización.

Las ventajas de la comunicación abierta

La comunicación abierta, transparente y abarcativa a todos los miembros de la organización minimiza los malos entendidos, las aplicaciones erradas de técnicas, y también impide los rumores y los comentarios anexos. Facilita la incorporación de los nuevos empleados, y acepta ideas innovadoras que, en organizaciones de comunicaciones cerradas, quedan de lado, impidiendo el completo avance de sus proyectos.

