



La gestión de la comunicación interna para mejorar la calidad del servicio en una organización.

Presentado por:

Leydi Yubida Gamba Güiza

Código 20800213

Universidad Militar Nueva Granada
Facultad de Ciencias Económicas
Especialización Alta Gerencia – Grupo 2 A
Seminario de Investigación
Cajicá
2019 – 1

La gestión de la comunicación interna para mejorar la calidad del servicio en una organización.

Resumen

El progreso de un buen clima organizacional depende de la implementación y fortalecimiento de estrategias, que promuevan la gestión de la comunicación interna. Con el objetivo de mejorar la calidad del servicio, desarrollo y posicionamientos de la organización en el mercado.

Palabras clave: Calidad, comunicación, desarrollo, estrategia, mercado, objetivos, organización, progreso, servicio.

Abstract

The progress of a good organizational climate depends on the implementation and strengthening of strategies that promote the management of internal communication. With the aim of improving the quality of service, development and positioning of the organization in the market.

Keywords: Quality, communication, development, strategy, market, objectives, organization, progress, service.

Introducción

El presente ensayo tiene como fin realizar un análisis argumentativo de la importancia que tiene la gestión de la comunicación en las organizaciones, este proceso social promueve la interacción del equipo humano, dando como beneficio el desarrollo de objetivos y metas de una organización.

Las empresas hace varios años, han venido presentando crisis a nivel organizacional, según (Drucker, 2015) “El 60% de los problemas empresariales son consecuencia de una mala comunicación”. En su efecto; “La mala comunicación puede propagar resentimiento y frustración, comenzando desde arriba” (Zaphyr, 2018). En la cual un estudio realizado, “Colombia con un 14 por ciento; mientras que Argentina y Chile lo consideraron como un problema con relativa frecuencia, presentando un 57 por ciento”. (Empresarial, 2007).

El análisis de este ensayo surgió de mi experiencia laboral, donde se presentó una problemática causada por la falta de comunicación, creando un mal ambiente organizacional. El interés del tema es argumentar, según, (Ongallo, 2007), “La comunicación supone entonces el diálogo, lo cual implica que cada uno de los interlocutores acepta al otro como persona diferente y autónoma”. A partir de lo anterior, ¿Por qué la gestión de la comunicación interna incide en la calidad del servicio de una organización?

La elaboración de este ensayo tiene como objetivo analizar la importancia que tiene la gestión de la comunicación interna, para mejorar la calidad del servicio en una organización. Teniendo en cuenta que desde, “La historia del pensamiento administrativo muestra cómo las fuerzas de cambio social, político y tecnológico han desafiado a las personas a pensar acerca de la administración en nuevas formas y cómo, a su vez, han respondido los diversos pensadores”. (George, 1996).

La tesis propuesta para respaldar el presente ensayo se enfoca en la argumentación basada en hechos pasados, que evidencian la importancia que tiene la comunicación. “La comunicación interna, como vehículo transmisor de los valores de la organización, permite relacionar varios conceptos de la administración, como son el de la cultura organizativa, resolución de conflictos, clima laboral”. (Ongallo, 2007).

La justificación del presente ensayo pretende beneficiar al lector, con evidencias para identificar las estrategias, que promuevan y fortalezcan la comunicación integral de todas las áreas de una organización, para tomar medidas frente cualquier obstáculo. “La comunicación

interna es un recurso gerenciales en orden a alcanzar los objetivos corporativos y culturales, organizacionales, funcionales, estratégicos y comportamentales de la empresa”. (García, 1998)

A través de la indagación de diferentes libros, se adquirió competencias lectoras basadas en hechos pasados, que permiten poner en práctica los conocimientos propuestos por los autores. Tomando conciencia que de la forma como impartimos la comunicación para mejorar el servicio interno, este será el camino para alcanzar el éxito. “En ese sentido, se analizan diversos métodos de resolución de conflictos, deteniéndonos específicamente en el aspecto semántico de la comunicación humana y en la visión creativa del conflicto”. (Ongallo, 2007)

La gestión de la comunicación interna

La comunicación es un medio en el cual se genera una interacción de dos o más individuos a través de un canal emisor y un receptor, con el fin de brindar información a los directivos y empleados de todos los procesos que se manejen en la organización. “La apuesta por la comunicación interna como instrumento de gestión eficaz para la organización, muy especialmente para la empresa, supone conocer previamente los rudimentos de la comunicación humana y organizativa.” (Ongallo, 2007)

La gestión de la comunicación interna es de vital importancia para la organización, esta es dirigida al equipo humano interno, en el cual se deben promover políticas que motiven el desarrollo integral los objetivos. “La comunicación organizacional es un campo de conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de la comunicación dentro de la organizaciones y entre estas y su medio”. (Andrade, 2005)

Las empresas se han enfrentado a diversos problemas que han generado obstáculos de la comunicación, según, (Ongallo, 2007) “La empresa y la organización se ven obligadas a dotarse de herramientas o instrumentos de gestión, orientados a:

- a) Mantener y desarrollar la cohesión de los colaboradores
- b) Potenciar la adhesión de los mismos al proyecto de la organización
- c) Conocer las necesidades de las organización con el propósito de contribuir a dotar a la misma de posibilidades para mejorar y competir

Se acepta comúnmente que toda organización humana posee unas señas de identidad, una misión y unos valores que sintetizan la forma clara el papel y vocación de servicio de la comunidad, o de consecución de los objetivos, y que de una manera u otra han de estar presente en su actuación: decisiones, medidas o actos de cualquier tipo. Es decir, “La apuesta por la comunicación interna como instrumento de gestión eficaz para la organización...”. (Ongallo, 2007)

La calidad el servicio en las organizaciones

El servicio interno es el más fundamental en una organización, de este depende el desarrollo y evolución. Al personal interno se le debe dar a conocer las políticas de la empresa, para que ellos puedan apropiasen del conocimiento de los procesos que maneja la empresa, de esta manera tendrán una mejor interacción con el cliente externo. “El modo en que se sienten los empleados será en última instancia el modo en que se sentirán sus clientes”. (Tigani, 2006).

Es importante manejar un excelente clima laboral con el personal, al cual se debe tener en cuenta, y valorar el desempeño de las actividades que a diario ejecutan en su área de trabajo. “La calidad del servicio, será la que resulte de elegir las dimensiones adecuadas, de las cosas que agregan valor, resuelven problemas y satisfacen necesidades, para otorgar en estas una medida mayor a la esperada por el cliente”. (Tigani, 2006)

Las empresas deben implementar herramientas prácticas para el desarrollo y habilidades, que generen importancia al equipo de trabajo para mejorar el servicio de la organización. “Aquí reside una de las claves del buen funcionamiento de las empresas, y la Comunicación Interna es uno de las principales funciones encargadas de crear ese clima en el cual el desarrollo de los empleados sea lo más satisfactorio posible”. (Gutiérrez, 2014).

El desarrollo de la una organización

El progreso de una organización depende de las habilidades para brindar la comunicación integral de participación en todas las áreas de la empresa. “Un esfuerzo planeado, que cubre a la organización, administrado desde la alta dirección que incrementa la efectividad y salud de la organización, mediante la intervención deliberada en los procesos de la organización utilizando el conocimiento de las ciencias de la conducta”. (Beckhard, 1973)

Por lo tanto el crecimiento y evolución de una empresa depende las estrategias de liderazgo que plantean los altos directivos de la organización, para lograr el posicionamiento en el mercado. “las organizaciones exitosas son aquellas que su adaptación y capacidad para asumir los cambios las encaran de forma positiva y proactiva, las organizaciones que aprenden, son aquellas que están dispuestas a asumir nuevos roles y responsabilidades y que técnicamente están en continuo avance y capacitación” (Fung, 1997)

Conclusiones

Ideas principales

- La organizaciones mediante su comunicación interna buscan implementar estrategias de servicio, para lograr un posicionamiento en el mercado, como tal, “La capacidad de una organización para producir beneficios se deriva se la impresión general que dejan todos sus empleados en sus clientes. Los medios para crear esa impresión son la calidad y la eficacia de los productos y servicios que los empleados venden (la calidad, la fiabilidad y la rapidez de los servicios)”, (Tschohl, 2008).
- El nivel actual en el desarrollo de los mercados, las organizaciones están cada vez, más expuestas al cambio vertiginoso y a las transformaciones constantes de las variables del entorno. “Más concretamente en el mundo empresarial, parece que todas las acciones que determinan la actuación de la empresa persiguen trascender al mercado, y en suma, crear un recuerdo permanente en la mente del consumidor del cliente, del proveedor y la sociedad en la que aquella se desarrolla”, (Ongallo, 2007).

Resultado

- Una organización debe contar con un personal idóneo para brindar el servicio, de esto depende la captación y fortalecimiento de los clientes, por lo tanto, “Todos los empleados, desde el director general ejecutivo, hasta el que recibe el salario mínimo (unos más que otros) influyen en la reputación de una empresa, conforman las actitudes de los clientes internos y externos y determinan las consecuencias de otros factores influyentes” (Tschohl, 2008).
- La falta de comunicación interna en las organizaciones ha generado problemática en las compañías, creando ambientes laborales bajos, afectando la productividad de los empleados. Por lo tanto es importante que las empresas creen espacios de capacitación para motivar el servicio del talento humano, creando confianza a través de la

comunicación, para ampliar la participación e integración de todas las áreas de la empresa, con el propósito de fortalecer el equipo de trabajo para lograr excelentes resultados.

- La comunicación interna es el baluarte en el desarrollo empresarial de la productividad y evolución de la compañía frente a las nuevas tendencias gerenciales. Frente a las nuevas tendencias es importante manejar políticas de comunicación dentro de la organización, para desarrollar actividades de participación que permitan analizar los factores y riesgos que se presentan en el entorno empresarial, de forma tal que se puedan aplicar medidas estratégicas con el propósito de consolidar la organización.

Respuesta a la pregunta y tesis

- La gestión de la comunicación interna incide en el desarrollo de una organización de manera positiva cuando se logra a través de comunicación el desarrollo de la cultura organizacional y negativa cuando no se hace seguimiento y control al equipo humano provocando distracción en el desvío de las metas y objetivos proyectadas.

Implicaciones

- Realizar una adecuada comunicación es la clave para detectar problemas, que impidan el desempeño de los empleados, e incremento de la productividad.
- Una de las problemáticas que se presentan en las organizaciones, es a causa de la falta de capacitación al talento humano interno, sobre la interacción de los procesos que maneja la empresa, es importante que se apropien de cómo esta estructurada la cultura organizacional.
- La falta de implementación de un plan de comunicación en una organización, genera desmotivación afectando el clima laboral.
- Las nuevas tecnologías han cambiado la manera de comunicación, ya no se hace un saludo personal, sino a través de medios como: correos, intranet, chats, redes sociales. Estas herramientas facilitan la transmisión de mensajes pero al no ser controladas, provocan distractores y desvíos en la comunicación.
- No dar a conocer los procesos que tiene la empresa, sino que se enteren por terceros, genera descontento en el personal, lo cual lleva a especulaciones que terminan afectando las relación de los empleados.

Aporte del ensayo

- El presente ensayo pretende beneficiar al lector, con evidencias para identificar las estrategias, que promuevan y fortalezcan la comunicación integral de todas las áreas de una organización, para tomar medidas frente cualquier obstáculo.
- Los argumentos citados instruyen al lector con argumentos que evidencian que a través de la implementación de un plan de comunicación, las organizaciones mejoran la interacción del servicio interno logrando el desarrollo de la cultura organizacional.
- Como recomendación que se brinda al lector a través de este ensayo, recalcar la importancia que tiene la comunicación interna para mejorar la calidad del servicio en una organización.

Referencias:

Trabajos citados

- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. Netbiblo.
- Beckhard, R. (1973). *Desarrollo organizacional: estrategias y modelos*. México: Fondo Educativo Interamericano.
- Brown Juanita, D. I. (2006). *World Café. El nuevo paradigma de comunicación organizacional y social*. Difusora Larousse de Colombia Ltda.
- Corella, M. R. (2013). *El poder de la comunicación en las organizaciones*. España: PLAZA Y VALDES.
- Drucker, P. (01 de 02 de 2015). ALEJANDRO FORMANCHUK. Recuperado el 05 de 05 de 2019, de 60% DE LOS PROBLEMAS EN UNA EMPRESA SON POR MALA COMUNICACIÓN:
<http://formanchuk.com.ar/todosignifica/mala-comunicacion/>
- Empresarial, M. (21 de 09 de 2007). *¿Cuáles son los problemas empresariales más comunes?*
Obtenido de <https://www.elempleo.com/co/noticias/mundo-empresarial/cuales-son-los-problemas-empresariales-mas-comunes-3162>
- Fung, M. (1997). *Desarrollo Organizacional*. Obtenido de <https://desarrolloorganizacionalssc.wordpress.com/2016/02/02/nueve-objetivos-clave-del-desarrollo-organizacional/>
- García, J. (1998). *La comunicación interna*. España.
- George, C. S. (1996). *Historia del pensamiento administrativo*. México: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Gutiérrez, S. (2014). *LA comunicación interna en las organizaciones*.
- Holguín, P. (2017). *LA COMUNICACIÓN EFECTIVA COMO ELEMENTO DE ÉXITO EN LOS NEGOCIOS*. Samborondón - Ecuador: Universidad ECOTEC.
- Ongallo, C. (2007). *MANUAL DE COMUNICACIÓN Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. Madrid: Dykinson S.L.
- Robert, M. (Noviembre de 2012). *El nuevo pensamiento estratégico puro y simple*. México D.F.. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en el servicio*.
- Tschohl, J. (2008). *El servicio al cliente*. Mineápolis, Minnesota.
- Zaphyr, J. (01 de Febrero de 2018). *Cuida tu dinero*. Recuperado el 05 de 05 de 2019, de <https://www.cuidatudinero.com/13065040/como-afecta-la-mala-comunicacion-a-una-organizacion>