

**LA COMUNICACION COMO HERRAMIENTA EFECTIVA DENTRO DEL AMBIENTE  
LABORAL EN LA EMPRESA CONSULTORIO DE RADIOLOGIA ORAL COUNTRY**

COMMUNICATION AS AN EFECTIVE TOOL INSIDE THE WORKING  
ENVIRONMENT IN CONSULTORIO DE RADIOLOGIA ORAL COUNTRY  
COMPANY

Diana Camila Peña Pedreros

Universidad Ecci

Programa de Lenguas Modernas

Seminario de Procesos Comunicativos y Servicio al Cliente

Correo electrónico: kams18\_10@hotmail.com

Bogotá D.C

RESUMEN

En una empresa la comunicación es clave para el desarrollo de la misma, por esta razón se escogió el Consultorio de Radiología Oral Country, ya que se evidencia una falta de comunicación entre los empleados. Este artículo analiza porque se presenta esta situación y que alternativas se proponen para el mejoramiento dentro de la misma. Para recopilar los hallazgos se realizaron una serie de encuestas entre los empleados, respondiendo a una serie de preguntas que incluían aspectos como empresa, ambiente laboral, comunicación, prestación del servicio al cliente y funciones del cargo. Dentro de los resultados obtenidos en general se constató que hay un problema de comunicación en parte a la falta de colaboración con los compañeros en el momento que sea requerido. Como conclusión, se toma que hay que motivar a los empleados a compartir más la información, siguiendo una

serie de recomendaciones dentro de un pequeño plan de mejoramiento que se propone para afianzar estos aspectos dentro de la empresa.

PALABRAS CLAVES: comunicación, empresa, políticas, investigación, ambiente laboral.

## ABSTRACT

In a business communication is key for the development itself, therefore el Consultório de Radiología Oral Country was chosen as a lack of communication among employees is evident. This article analyzes because this situation occurs and what alternatives are proposed for upgrading within the same. To compile the findings a series of surveys among employees were answering a series of questions including business aspects, work environment, communication, service delivery and charge the external customer. Within results generally it found that there is a communication problem in part to the unwillingness to cooperate with colleagues in the time required. In conclusion, we must take that motivate employees to share more information, following a series of recommendations within a small improvement plan that aims to improve these aspects within the company.

KEY WORDS: communication, company, politics, research, work environment.

## INTRODUCCION

La comunicación es la base fundamental en el desarrollo de la interacción entre diferentes personas dentro de una sociedad, y de esta misma forma, en el avance de las labores dentro de una

empresa y organización. Según Idalberto Chiavenato, comunicación es *"el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos*

*fundamentales de la experiencia humana y la organización social" (Chiavenato, 2006, p. 110).*

Cuando a diario estamos inmersos en un ambiente laboral el cual requiere de nuestra total disponibilidad para acceder a la información de manera apropiada, se evidencia que es necesario mantener una actitud positiva frente a las otras personas y a la información que se tiene a mano. Esto quiere decir, que si hay un acercamiento adecuado con los trabajadores que pertenecen a la misma área, incluso aquellos que pertenecen a otra, y se comparte la información relevante y de gran provecho para el desarrollo de la empresa como una misma comunidad, de manera precisa y veraz, se está logrando alcanzar un objetivo en común, un gran beneficio para la empresa y la oportunidad de alcanzar mejoras en muchos aspectos internos.

En este punto es importante mencionar los aportes que brindaron Frederick Taylor y Henry Fayol, los cuales

por medio de su teoría clásica manifestaron inicialmente que la comunicación debía ser lineal y descendente, y en algunas ocasiones debía ser horizontal pero solo entre los cargos altos de una empresa. Como se puede ver, este modelo proponía que la comunicación no se podía transmitir por igual entre todos los trabajadores sin distinción entre cargos. Ya con el paso del tiempo y viendo la necesidad de optimizar las labores, surgen nuevas teorías, como la de contingencia, la cual es producto del estudio de Emery y Trist que proponen que *“el funcionamiento interno de las organizaciones debe ser congruente con las demandas de las tareas de la organización, la tecnología o el medio ambiente externo y las necesidades de sus miembros, si la organización pretende ser eficiente”*. (Jablin, 1984, p. 134.) Esto quiere decir, que es importante la integración e interacción de todos los miembros de la comunidad laboral, para que de esta manera se pueda establecer un correcto flujo de información.

Es importante que la comunicación interna de la empresa se plantee como finalidad el alcance de sus metas, tal como lo plantea Andrade (2005): *“respaldar el logro de objetivos institucionales, fortaleciendo la identificación de los colaboradores con la empresa, proporcionándoles información relevante, suficiente y oportuna, reforzando su integración, y generando en ellos una imagen favorable de la organización de sus productos y servicios.”* (Andrade, 2005, p.23)

Para el alcance de este objetivo, es muy importante que se aplique el “Modelo de las cinco ies”, el cual plantea que hay que realizar una investigación, una identificación, una información, una integración y finalmente, una imagen acerca del problema que se está presentando. Esto lleva a un compromiso para aplicar mejoras en muchos aspectos y la obtención de un objetivo.

Para el desarrollo de ésta investigación, se contó con el apoyo del Consultorio de Radiología Oral Country, empresa que ha trabajado durante 30 años, dedicada al diagnóstico de salud oral en pacientes. En este centro, se realizan exámenes de tipo radiológico, tomográfico e impresiones de modelos dentales, para su posterior diagnóstico. Cuenta dentro de su personal con clientes internos como son auxiliares dentales, radiólogos, auxiliares de laboratorio, recepcionistas y personas que pertenecen al área administrativa al igual que odontólogos que poseen diferentes especialidades. Los clientes externos más importantes son los pacientes.

El objetivo principal de esta investigación fue determinar qué estructuras comunicativas entre los clientes internos del consultorio de Radiología Oral Country presentaban fallas, si las herramientas dispuestas para este fin eran las adecuadas y se estaban utilizando de manera efectiva, además de medir el

ambiente laboral, indagando sobre las relaciones interpersonales entre los diferentes empleados de todas las áreas, y verificando que la prestación del servicio al cliente externo fuera la adecuada.

A nivel organizacional, y hablando del área comunicativa en general, este tipo de acciones necesitan ser corregidas, para que la empresa tenga un constante surgimiento positivo a nivel laboral, brindando las herramientas y asesoría necesaria para que las fallas sean superadas y de esta manera, se logren mejorar los procesos aplicando una comunicación más eficiente. La empresa se ve beneficiada porque se brinda una alternativa que puede ser aplicada de una forma sencilla pero eficaz, brindando resultados efectivos en esta misma.

## MATERIAL Y METODO

La metodología utilizada para realizar la investigación fue de tipo cualitativo la cual es definida como "la

*conjunción de ciertas técnicas de recolección, modelos analíticos normalmente inductivos y teorías que privilegian el significado de los actores, el investigador se involucra personalmente en el proceso de acopio, por ende, es parte del instrumento de recolección. Su objetivo no es definir la distribución de variables, sino establecer las relaciones y los significados de su objeto de estudio"* ( Sánchez, M. 2005, pág.117) Se buscó indagar con base a la experiencia de las personas que laboran en la empresa, información que brinde diferentes ideas de cómo se maneja la comunicación y como se realizan los distintos procesos dentro de la empresa, para así contar con las bases y realizar el análisis posterior de estos datos.

El enfoque investigativo que se aplicó en la investigación fue de tipo proyectivo, el cual en primera instancia, busca identificar los problemas que se están presentando en una situación, como en este caso, los factores relacionados a la

comunicación dentro de la empresa.

Posteriormente a esto, se realiza una propuesta de mejoramiento, para corregir las fallas anteriormente identificadas.

Para recolectar los datos de esta investigación, se aplicó una técnica de investigación documental tipo encuesta, la cual fue aplicada a los empleados de la empresa, y el instrumento de recolección de datos fue aplicado mediante método probabilístico. Se tomaron a 20 empleados con cargo dentro de la empresa. La encuesta se aplicó en las diferentes sedes de la empresa, gracias a la colaboración que se prestó por parte de la gerencia.

Hablando acerca de la población, se tomó en cuenta que las personas que laboran son de edades entre los 18 y los 50 años de las diferentes áreas de la empresa, sin importar el tiempo que llevarán laborando en ella. Todos pertenecen a estratos entre 1 y 4, algunos solteros, otros casados con hijos. Son personas con un nivel

profesional técnico, aunque algunos se encuentran cursando estudios universitarios.

Dentro de la encuesta se tomaron variables como empresa, ambiente laboral, prestación del servicio al cliente externo, cargo y comunicación organizacional. Dentro de cada variable se aplicaron 4 preguntas que arrojaran una idea en general acerca del aspecto indagado, con el fin de acercarse más a la opinión e idea que tuviera cada persona.

Respecto a la variable de empresa, se preguntó acerca del conocimiento en general sobre ésta, el reglamento interno de trabajo y sus responsabilidades y funciones. La variable ambiente laboral indagaba acerca de las relaciones interpersonales con los demás empleados. La variable de servicio al cliente estaba enfocada hacia los conocimientos acerca de sus competencias y la responsabilidad a la hora de prestar el servicio. Las preguntas relacionadas al cargo trataron sobre la claridad a la hora de transmitir la información sobre sus

funciones y capacitaciones. Y por último, la variable comunicación indaga sobre las herramientas que son dispuestas para la comunicación y si son aplicadas.

Para evaluar las variables dentro de la encuesta, se utilizó la escala de Likert, la cual es un método que plantea una serie de preguntas las cuales según se halla desarrollado, tienen una puntuación donde 5 sería la calificación más alta y 1 sería la calificación más baja.

Para el desarrollo de esta investigación, fue importante basarse en la información brindada anteriormente relacionada al concepto de comunicación, posteriormente se recopiló información mediante encuestas entre los clientes internos de esta empresa, para considerar su importancia a la hora de prestar el servicio al cliente externo. Luego de esto, se interpretaron los datos obtenidos con base a las encuestas para hallar las posibles causas a las fallas comunicativas que afectan a la prestación de servicio.

## RESULTADOS

Ya realizado el análisis de las diferentes encuestas aplicadas a los empleados, correspondiente a la empresa, se concluye que la población conoce de forma superficial el reglamento interno de trabajo y muchos de ellos perciben que sus funciones y responsabilidades no están bien definidas. En su mayoría no sienten el apoyo de la empresa al momento de brindar una sugerencia, pero consideran que los protocolos comunicativos que existen actualmente son los adecuados.

Alusivo al aspecto de comunicación organizacional, más de la mitad de las personas encuestadas conocen las diferentes herramientas tecnológicas que hay disponibles (el 85% conocen el correo electrónico, cuenta de Skype, líneas telefónicas) para comunicarse entre las diferentes áreas y, aunque muchas de estas personas las utilizan constantemente para así garantizar el flujo de información, hay un

gran porcentaje que aún nos las utiliza en su totalidad. En cuanto a la comunicación con los diferentes empleados, la mitad de ellos les parece un aspecto importante, y la restante no se comunica de manera abierta. En relación con este aspecto, la mayoría de personas está de acuerdo en que hay una falta de comunicación entre las diferentes.

Dentro del ambiente laboral, se evidencia que no hay suficiente colaboración entre los diferentes empleados en las diferentes áreas, lo cual lleva a ver que tampoco consideran que exista un buen ambiente laboral. También consideran que el trabajo en el área en la cual cada persona se desempeña no está bien organizado, pero se trata de mantener una buena relación con los compañeros.

En cuanto al aspecto de servicio al cliente al momento de atender a un paciente, evidencian que no hay suficiente colaboración por parte de los compañeros en

caso de ser requerida. El gran porcentaje de personas encuestadas (75%) sienten que responden de manera satisfactoria a los requerimientos, inquietudes y preguntas de los pacientes. En su mayoría, todos se sienten capacitados en cada uno de los procesos a llevar a cabo en su momento. Y finalmente, en un alto porcentaje, todos concuerdan en que se sienten responsables con los procesos a realizar a la hora de prestar el servicio.

Relativo al cargo, casi todos sienten que en caso de ser requerida, no se recibe una retroalimentación sobre su desempeño y tampoco reciben por parte del área administrativa la información necesaria para el desarrollo del mismo. También se percibe que en caso de implementar un nuevo procedimiento no se proporciona la información necesaria para tener claridad sobre este e implementarlo a sus labores. Y por último, dan a entender que no se recibió



una correcta capacitación al inicio de sus labores. (

## DISCUSION Y CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los resultados y análisis de la información recolectada, se estableció que hay una serie de fallas relacionadas a la comunicación. Como se evidenció, no hay un correcto flujo de comunicación entre los diferentes empleados, también se evidencia que la comunicación no les parece un aspecto relevante para el desarrollo de la actividades.

Como Horacio Andrade plantea, la comunicación es una responsabilidad compartida *“como todos en la organización se comunican, comunicarse bien es una responsabilidad de todos, si bien algunos deben jugar un rol más importante en este sentido por la posición que ocupan o por la información que manejan. Por lo tanto, el desarrollo de las habilidades de*

*comunicación de las personas, en los distintos niveles y áreas, se ha vuelto una prioridad, sobre todo ahora que las organizaciones están viviendo cambios fundamentales”*(Andrade, 2005, pág. 22.

Esto llevó a la conclusión de que es primordial que cada persona que labora dentro de la empresa, entienda que es importante comunicarse. Para esto, es muy importante también que la gerencia en todo momento inculque esto, siendo participe también en el proceso, abriéndose a sugerencias e ideas que puedan surgir entre los empleados, con la idea de alcanzar mejoras.

Como anotación importante, muchos de los empleados consideran que no se recibió una correcta capacitación al inicio de sus labores, y durante su tiempo de servicio, no se presta una correcta retroalimentación en caso de ser necesaria.

Como lo indica Edgardo Frigo *“ Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una*

*organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal. Concretamente, la capacitación:- busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo, en función de las necesidades de la empresa, en un proceso estructurado con metas bien definidas"*

(Frigo, Edgardo. 2010)

Así como lo indica el autor, es importante realizar una correcta capacitación a los empleados, antes de iniciar sus labores y después, cuando ya desempeñen su trabajo y necesiten una nueva mejora o cambio.

Hay que tener en cuenta que para estos procesos, se aplican las inducciones; al inicio de las labores de una persona, el entrenamiento; cuando ya el personal se encuentra en fase operativa y es necesario realizar cambios; y en algunos casos el desarrollo de jefes, en el cual se busca evolucionar nuevas actitudes de gerencia. Para aplicar una correcta capacitación, es necesario verificar cuales

son las disposiciones del personal, en cada caso evaluar qué mejoras necesitan ser aplicadas, pero ya dependiendo de las aptitudes de cada uno. Esto debe ser un trabajo realizado por parte de gerencia y recursos humanos, encaminado a la mejora de los procesos.

Para el uso de herramientas comunicativas en su mayoría todos conocen como funcionan, pero muchos no las utilizan. Además, muchos no se comunican de manera abierta, porque se evidencia una falla en las normas comunicativas. Para esto es importante resaltar que *"Contar con una política de comunicaciones significa que las personas relacionadas con la organización encontrarán en ella un sustento ético, lo que repercutirá además en la confianza que esas personas tengan hacia la compañía, su gestión y los productos o servicios que realiza"*(Aguilera, 2006). Para que la comunicación surja de manera eficaz en la empresa, se deben también implementar el correcto uso de las

herramientas que hay disponibles (correo electrónico y skype, además de las líneas telefónicas) para la comunicación entre empleados.

Se deben tomar en cuenta los valores que deben ser incluidos en la política de comunicaciones como son: transparencia, participación, respeto, veracidad, diligencia y colaboración. Cuando se establecen los objetivos de la organización, se establecen los parámetros a seguir dando forma a la estructura de la empresa. Aunque la política de comunicación no es un manual que especifique las funciones de un trabajo, si es una guía de cómo se debe tratar el asunto comunicativo, entre las diferentes partes de la organización sin importar que cargo ocupe, sea el más alto o el más bajo. Esta política, debe ser lo más clara posible, para que sea fácil de entender y así su ejecución sea adecuada. Para su implementación, esta se debe realizar mediante un plan, haciéndolo de forma concreta, contando con la total disposición de todas las personas. Es

primordial que todos los trabajadores estén de acuerdo con la política de comunicación, ya que de esto depende un buen ambiente laboral.

La más importante conclusión, es que los empleados deben sentir que están haciendo parte de una empresa la cual valora y agradece su labor. La motivación también es clave importante, hay que dar merito a las acciones realizadas de forma excepcional. Así mismo las directivas se deben mostrar abiertas a recibir sugerencias, y aunque el aporte o idea no sea posible realizarlo, tomarlo en cuenta para futuras modificaciones pero es importante mostrar al empleado que su opinión es valiosa.

Ya que están claros los principales problemas que se presentan, como propuesta de mejoramiento se plantearon una serie de estrategias a aplicar.

1. Permitir que los empleados se comuniquen de manera abierta con la empresa. Para esto, se podría ubicar un buzón de sugerencias en la recepción de

cada una de las diferentes sedes. Esto se podría hacer en un plazo estimado de un mes, para ser revisado cada fin de semana, y de esta manera informarse más acerca de las inquietudes y sugerencias que se tengan.

2. Concientizar a los empleados sobre el uso de las herramientas tecnológicas para alcanzar un nivel mayor de comunicación. Para esto, se podría hacer una capacitación de 1 hora en cada una de las sedes sobre el uso de las mismas. Esto se puede hacer al momento de realizar la inducción al empleado que ingresa por primera vez, y si es requerido, realizarlo con aquellos empleados que no tienen total conocimiento sobre este tema.

3. Elaborar una política de comunicación, tomando la opinión de los empleados, haciéndolos sentir participes de todo el proceso y poniendo en práctica "Modelos de las cinco ies". Esta política se podría implementar en un lapso de dos meses y ponerla en funcionamiento dentro de los siguientes 2 meses verificando su

funcionabilidad y posibles cambios a realizar.

4. Todas estas acciones anteriormente descritas pueden ser recopiladas dentro de unos documentos que soporten las acciones que se realizan en cada caso, con el fin de llevar un soporte de lo que se ha realizado y que se podría hacer como nueva medida. Esto con el fin de tener seguimiento de cada situación.

Por último, utilizar las mínimas normas de cortesía al dirigirse a alguien, tener en cuenta las opiniones ajenas y respetar, son principios básicos para que las relaciones interpersonales no se vean afectadas de manera negativa, y así mismo aplicarlas con los clientes, quienes son la parte importante del proceso de prestación del servicio.

#### REFERENCIAS

Aguado, JM. (2004). *Introducción a las teorías de la información y la comunicación*. Universidad de Murcia.

Aguilera, J. (2006). Política de comunicaciones en la empresa. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/politica-de-comunicaciones-en-la-empresa>.

Andrade, A.(2005) *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. España. Gesbiblo. ED.

Aste, EA,( 2005). Endomarketing: un programas para incorporar al cliente como concepto de valor. *Boletín de lecturas sociales y económicas*. (22). 64-67.

Chiavenato, I. (2006) Introducción a la teoría general de la comunicación. Bogotá. ED. McGraw-Hill.

Eduarte Ramírez, A. (1993). Comunicación organizacional: una perspectiva democrática. Segundo semestre. Volumen (1). Pág. 35-40.

Fernandez Collado, C. (1986). *Comunicación humana: ciencia social*. Capítulo 1: definiciones y teorías de comunicación organizacional. México. ED. McGraw-Hill.

Frido, E. (2008) Foro de seguridad. México. Recuperado de

<http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>

Jablin. Frederick (1986). "Estudio de la comunicación organizacional: su evolución y su Futuro" Tomado de Fernández. Carlos y Gordon. Dahnke. *La comunicación humana. Ciencia social*. México: Editorial Mc Graw-Hill Cap.4 Pág. 114.

Sánchez Silva, M. (2005). *La metodología en la investigación cualitativa*. Mundo siglo XXI . (1) 115-118.

