

PROCESO DE MEJORA EN EL PRINCIPIO CORPORATIVO DE COMUNICACIÓN VERTICAL EN APORTES EN LÍNEA, SEDE BOGOTÁ.

Stefanny Katerin Peña Jaramillo.

Universidad ECCI (Escuela Colombiana de Carreras Industriales).

Programa Técnico Profesional en Lenguas Modernas.

Seminario: “Procesos comunicativos y servicio al cliente”

Katerinstefy12@gmail.com

Bogotá D.C – Colombia enero de 2016

RESUMEN

En el siguiente documento se analizan los aspectos a mejorar en la comunicación vertical de Aportes en Línea (Bogotá) para poder dar cumplimiento en total cabalidad al principio corporativo de comunicación efectiva entre los colaboradores. Para esta investigación se utiliza un enfoque investigativo cualitativo para conocer el punto de vista de los colaboradores en cuanto a la comunicación con sus superiores; la modalidad de investigación utilizada es la encuesta, para obtener resultados más concretos, y facilitar la comprensión de los mismos para alcanzar los objetivos propuestos al comienzo de la investigación. La población y muestra utilizada en la investigación es directamente el cliente interno de la compañía, aquellos colaboradores que son los directos implicados en la comunicación vertical, adicional a esto el muestreo de la investigación será no probabilístico debido a que se segmentó la población a la que tiene más de tres meses de antigüedad en la misma.

Palabras Claves: Comunicación Organizacional, cliente interno, metodología, liderazgo, cultura, mando.

ABSTRACT

In the following document analyzes the aspects to be improved in the vertical communication of Aportes en línea (Bogotá) to comply fully with the principle in total effective communication between corporate partners. For this research used a qualitative research approach to know the point of view of the collaborators in terms of communication with their superiors; the investigation modality used is the survey to obtain more concrete results, and facilitate understanding of the same to achieve the proposed objectives at the beginning of the investigation. The population and sample used in the research is directly the internal customer of the company, contributors who are the direct involved in the vertical communication, additional to this sampling of the research will be non-probabilistic due to segmented the population that has more than three months old in the Company.

Key words: Organizational communication, internal customer, methodology, leadership, culture, control.

INTRODUCCIÓN

El cliente interno de una empresa es aquel que utiliza el resultado de un proceso para realizar uno nuevo para que

de esa manera lo adquiera el cliente externo. Un buen proceso se lleva acabo si también hay una buena comunicación entre los demás empleados (cliente interno) y sus superiores; allí en ese

punto es donde los clientes externos se preguntan, qué tan clara y precisa debe ser la comunicación dentro de una empresa para presentar el resultado esperado, y que así mismo, al final de la cadena haya cierto grado de satisfacción tanto del cliente interno como del superior. Los clientes externos suelen hacerse ese tipo de preguntas debido a que si hay una buena comunicación entre líderes y empleados, la información final que se les brinda es verídica.

La investigación pretende crear un plan de mejora en la comunicación vertical de Aportes en Línea, empresa operadora de información, líder en el mercado para la liquidación y pago de la seguridad social tanto de empresas como personas independientes, y así dar total cumplimiento al principio corporativo de asertividad; para la creación de este plan se trabajó en la importancia de un buen proceso comunicativo dentro de la compañía, de esta forma se pudo

enunciar los principales motivos por los cuales los trabajadores de Aportes en Línea se comunican con los superiores y así se sintetizó el debido proceso para entablar una comunicación con el superior.

Pardo y Vallejo (2009) determinan las problemáticas de la comunicación vertical, debido a que entran en juego bastantes factores como la necesidad de los empleados, y muchas veces las inconformidades hacia la persona que en ese momento tiene el mando y por ende la autonomía de tomar la mejor decisión para la compañía. En este artículo se evidencia que las dificultades para transmitir mensajes y retener información son las principales causas de una mala comunicación vertical. (pg. 3)

Esta investigación es bastante relevante para la empresa debido a que una buena comunicación entre los empleados y los superiores determinan el buen

desempeño en las labores así como un buen clima laboral. Se afirmó en un comienzo que los protocolos de comunicación no eran los correctos y por esta razón los permisos dentro de la empresa se solicitaban todos a través del mismo medio y las estrategias de comunicación no eran bien utilizadas para la solicitud de los mismos.

Cárdenas y Godoy (2008) plantean que las estrategias de comunicación son una secuencia de ideas las cuales se encuentran organizadas de tal forma que se pueda transmitir el mensaje, una de las características principales de las estrategias es el poder acercar el mensaje a la mayor cantidad de personas haciendo uso de pocas herramientas (Facilidad de expresión), y de esta forma se obtenga respuesta. Hay muchos canales por los cuales se puede transmitir el mensaje, pero se debe tener en cuenta a quién se le trasmite ese mensaje.

Conocer los intereses y las necesidades. (pg. 27).

Una buena forma de adquirir confianza con el superior es aprovechar esos momentos de integración y motivación que tiene las empresas. Aste (año quinto) En el aparte de ese libro se enseñan los pasos para poder llevar a cabo de una forma efectiva el endomarketing dentro de la organización, debido a que este busca que los empleados se sientan parte de la empresa, que conozcan el papel que tiene en la compañía y la realización de acciones que maximicen los resultados operativos de la empresa. (pg. 24).

Participando en las actividades se puede facilitar la obtención de confianza con el líder, o el conocimiento detallado de los comportamientos del mismo porque de esa manera se sabrá que así la confianza no sea mucha se conocerá la forma adecuada para entablar una conversación con esa persona.

La confianza también puede ser adquirida con siete recomendaciones básicas como lo plantea Al Coleman Jr.

Haz tu trabajo, y hazlo bien. Puede parecer obvio, pero muchos de los empleados dejan de realizar las tareas básicas que se requieren de ellos. Si haces un esfuerzo diligente y un buen trabajo, impresionarás a tu jefe. 2. Ayuda y apoya sus objetivos. Una tarea fundamental de cualquier empleado es hacer la vida de su jefe más fácil. 3. Sé leal. Siempre sé un empleado dedicado y honesto. “Nunca hables sobre tu jefe con tus colegas en la oficina, sobre todo si tienen un problema” 4. Haz las prioridades de tu jefe tus prioridades. “Tu trabajo se trata esencialmente de hacer que las prioridades de tu jefe se cumplan” 5. Tomar la iniciativa con proyectos y tareas. Ofrecete como voluntario para asumir nuevos proyectos, pero no te sobrecargues. Querrás tener suficiente tiempo y energía para hacer un gran trabajo en todo. 6.

Busca soluciones a los problemas. No confíes en tu jefe para arreglar todo. “Cuando surge un problema, no te limites a señalarlo. 7. Demuestra interés en la organización a largo plazo. “Aunque los empleados más jóvenes rara vez se mantienen en la misma compañía para toda la vida, no hay nada que nos impida pensar y actuar en el interés a largo plazo de la empresa”. (Al Coleman Jr, 2011, pg. 15 – 19).

Es necesario tener en cuenta los motivos por los cuales se comunican los empleados con los superiores; normalmente esta comunicación se basa en la expresión de inconformidades, petición de permisos, solicitudes de explicaciones etc...

El Ministerio de trabajo colombiano, a través del Código Sustantivo del trabajo (1951) nos explica en artículos y numerales, los permisos a los cuales un

trabajador tiene derecho y como acceder a ellos de forma correcta, a saber:

6° Días de descanso legalmente obligatorio; horas o días de descanso convencional o adicional; vacaciones remuneradas; permisos, especialmente en lo relativo a desempeño de comisiones sindicales, asistencia al entierro de compañeros de trabajo, y grave calamidad doméstica. (Ministerio de trabajo, Concepto 47239, 2014, pg. 2)

La pregunta ahora se basa en saber ¿qué sucede cuando el trabajador necesita un permiso personal?, ¿cómo hacer con ese tiempo que no va a laborar y que no tiene una constancia médica o un soporte de ausencia justificada? Normalmente lo que se plantea o propone en algunos casos es que ese tiempo sea descontado, o que ese tiempo se reponga con más tiempo, la escogencia de alguna de esas opciones está en la comunicación que tenga el empleado con el superior, en esta parte de una u otra forma juega un

papel importante el nivel de confianza entre el empleado y el jefe; si existe un buen nivel de confianza es probable que el trabajador tenga la posibilidad de pagar ese tiempo, pero en el caso opuesto es posible que al trabajador le sean descontadas esas horas; y si es así, si el trabajador no consigue reponer ese tiempo y se lo descuentan, es probable que se empiecen a gestar conflictos internos que de no ser canalizados adecuadamente, pueden afectar negativamente el clima laboral.

Allí es donde un buen protocolo de comunicación es necesario para llegar a un acuerdo entre el trabajador y el superior, este tipo de herramienta ayudara a la empresa en situaciones concretas como el decirle que por cierta cantidad de permisos un 1% de estos serán descontados y el resto serán recuperados en tiempo, estas clases de acuerdos son a los que se puede llegar con un buen uso del principio

corporativo de asertividad. Así las cosas, “el protocolo, se define como las reglas para la transmisión de la información entre dos puntos. Un protocolo de red de comunicación de datos es un conjunto de reglas que gobierna el intercambio ordenado de datos dentro de la red” (Club Universidad Nacional, pg. 55)

En el caso de la solicitud de explicaciones laborales puede ser del trabajador al superior o del superior al trabajador, en los dos casos estas solicitudes se hacen de forma escrita y con cierto tiempo de antelación, en esos casos se verifica que no todos los tipos de permisos se tramitan de la misma manera y que hay normas establecidas las cuales deben ser cumplidas en total cabalidad.

Unos de los casos más comunes para llevar a cabo la comunicación con el supervisor en compañías como los call center o empresas de tercerización de procesos, es la solicitud de guía para

llevar algún proceso o solucionar las inquietudes de los usuarios, es tanta la información que se maneja que algunas veces se hace difícil la recordación de la misma, y es necesario el apoyo en los superiores, en este punto también el grado de confianza que se tenga con la persona al mando es de gran importancia debido a que si se maneja una buena confianza es posible acceder a la información de forma rápida y fácil, cuando no se cuenta con este nivel es un poco difícil la adquisición de prontas respuestas y el nivel de satisfacción empezara a ser menor.

Los clientes internos tienen dos formas básicas para comunicarse con los superiores, forma escrita u oral, teniendo en cuenta que no por ser oral es menos formal y no por ser escrita es más fina. Normalmente se tiene más facilidad de expresión de forma oral que de forma escrita, pero de igual forma se puede tener inconvenientes en el momento de

expresar las ideas. “Cuando no tenemos la habilidad de hablar ante los demás es posible que expresemos nuestras ideas con algunos errores e imprecisiones; limitaciones de la expresión oral” (Universidad Autónoma de México, 2015, pg. 3)

METODOLOGÍA

El enfoque cualitativo es utilizado para conocer el punto de vista de las personas encuestadas para la investigación y de esta forma obtener resultados más concretos y que faciliten la comprensión de los mismos, en este caso la muestra de la investigación es el cliente interno de la compañía, el cual nos ayuda a plantear problemáticas y posibles soluciones a los inconvenientes comunicativos, claramente se debe utilizar un muestreo no probabilístico debido a que en la compañía se ha estado haciendo renovación de personal y por ende las personas que tienen mayor conocimiento

en cuanto a la comunicación vertical de la compañía son aquellas que llevan más de tres meses laborando allí.

RESULTADOS

Durante el tiempo de estudio se confirmó que el inconveniente de la falta de comunicación e incumplimiento en el principio corporativo de asertividad, radicaba principalmente en el nivel de confianza que tiene el trabajador con el superior, se encontró que en la compañía esos niveles de confianza en la mayoría de los casos son muy bajos, teniendo en cuenta que una gran parte de los empleados tienen menos de dos meses en la compañía y los empleados que manejan una buena confianza con el líder son aquellos quienes no han cambiado de grupo de trabajo (supervisor) y llevan bastante tiempo laborando allí.

Se verifica que la forma más común que utilizan los empleados para comunicarse

con los superiores es la comunicación de forma oral, se les facilita expresarse de esa manera sobre todo cuando el motivo por el cual se comunican es la solicitud de permisos personales, en esos casos la comunicación oral es un signo de mayor confianza y por ende mayor confidencialidad. Allí es donde se debe demostrar alto dominio en ese tipo de comunicación para obtener los resultados esperados.

La totalidad de los empleados siguen de forma estricta el conducto regular planteado para llevar a cabo los procesos comunicativos, pero para algunas clases de permisos, como citas médicas, es necesario que sean solicitados con -por lo menos- ocho días de anticipación y la mayoría de los empleados no se encuentran de acuerdo con esta política de la empresa debido a que ellos no manejan los tiempos de las entidades promotoras de salud. Igualmente la información sobre los plazos para la

gestión de permisos no se les había entregado a todos los trabajadores, en ese punto también se pudo notar una gran falla en el cumplimiento del principio corporativo, a pesar de ello algunos trabajadores estaban de acuerdo con esa política.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Como lo plantean Pardo y Vallejo (2009)

las falencias en la comunicación se deben a la falta de confianza y el tipo de necesidad que tenga el trabajador; se validó en la investigación que muchos de los empleados no tenían conocimiento de que algunos de los permisos se debían tramitar con ocho días de anticipación y las pocas personas que tenían conocimiento de esa política eran las mismas que manifestaban tener un buen grado de confianza con el superior.

Existen diferentes clases de permisos, los cuales deben ser compensados a la

compañía, ya sea de forma económica (descuento), o compensando ese tiempo solicitado, tal cual como lo manifiesta el Ministerio del trabajo, (concepto 47239, 2014, pg. 2), donde también se explica la forma adecuada para solicitar esos permisos, se confirmó en el tiempo de estudio, que no todos los trabajadores tiene la información correcta para poder solicitarlos y los pocos que tiene esa información no la difunden de forma adecuada.

La comunicación oral transmite mayor grado de confidencialidad, por esta razón es preferida por los empleados para la petición de permisos personales, en el periodo de investigación se confirmó que la petición de permisos personales de forma escrita es muy poco común ya que por seguir el conducto regular la confidencialidad del mismo, se ve afectada y genera más desconfianza para el trabajador. Según el artículo de la (Universidad Autónoma de México,

2015, pg. 3), “Cuando no tenemos la habilidad de hablar ante los demás es posible que expresemos nuestras ideas con algunos errores e imprecisiones”, estas se pueden corregir más fácil cuando la comunicación es de forma oral; si bien en ese tipo de comunicación suelen cometerse más errores; es allí donde la corrección de los mismos resulta más sencilla.

Se propone una mejora en la comunicación vertical la cual empezaría con una capacitación a los trabajadores, en la cual se le explicaría los permisos a los cuales tienen derecho y la forma correcta de solicitarlos; igualmente se les plantearía el conducto regular adecuado para solicitar los mismos. Adicional a esto, a los superiores se les indicaría la forma más acertada de bajar esa información a los trabajadores, y así evitar que la planta de funcionarios se divida entre los que tienen conocimiento y los que no.

REFERENCIAS

Cárdenas. & Godoy. D (2008).
Estrategias de comunicación, basado en
un diagnóstico empresarial en THE
NATURAL SOURCE. Bogotá.
Pontificia universidad javeriana.

Coleman. A (2011). Ocho formas de
ganarte al jefe. México. Revista Forbes.

Club Universidad Nacional (2011).
Manual de protocolo y ceremonial.
Bogotá. Universidad Nacional.

Ministerio de trabajo. (2014) Código
sustantivo del trabajo. Colombia.
Secretaria del senado.

Pardo & Vallejo (2009). La
comunicación vertical: un acercamiento
a su problemática en las organizaciones.
Rio. Revista internacional de
organizaciones.

Universidad autónoma de México
(2015). Comunicación oral y escrita.
México. Universidad autónoma de
México

IVERSIDAD
ECCCI